

ESTUDIO DE MERCADEO SOBRE EL RECONOCIMIENTO DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD EN SAN JOSE DEL GUAVIARE-
GUAVIARE

SANDRA YINETH ZAPATA ATUESTA

SONIA ELIZABETH OLARTE CETINA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA (UNAD)

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CCAV SAN JOSE DEL GUAVIARE

2016

ESTUDIO DE MERCADEO SOBRE EL RECONOCIMIENTO DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD EN SAN JOSE DEL GUAVIARE-
GUAVIARE

SANDRA YINETH ZAPATA ATUESTA

SONIA ELIZABETH OLARTE CETINA

Trabajo de grado para optar el título

Profesional en Administración de Empresas.

Asesora

GLORIA ELENA GUTIERREZ AMELINES

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA - UNAD

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CCAV SAN JOSE DEL GUAVIARE

2016

Dedicatoria

A Dios, fuente de todo amor, mi inspiración, mi todo.

A mis padres, por su constante apoyo.

A mi familia

Sonia

A mi familia y en especial a mi hijo Sebastián Galvis, quien es mi motor y apoyo.

Sandra

Agradecimientos

A cada una de las personas que hicieron posible este trabajo:

A la Doctora Ana Gavilán, de quien nació esta idea por su apoyo constante y sugerencias.

A la Dra. Gloria Gutiérrez Amelines, Dr. Andrés Vidal y demás grupo de empleados del

CCAV, Guaviare, quienes con su colaboración hicieron posible culminar este proceso.

Al Grupo Interdisciplinario Relaciones (GRI) de la UNAD.

A los directivos, docentes y estudiantes de las instituciones educativas del Guaviare y al grupo de empleados de las diferentes entidades que participaron en este proyecto.

Tabla de contenido

Índice de tablas	7
Índice de gráficos	8
Anexo 1. Encuesta estudiantes de grado once de instituciones educativas.....	15
Anexo 2. Encuesta población laboralmente activa	15
Resumen ejecutivo	16
Introducción	18
1. Antecedentes	20
2. Planteamiento del problema.....	23
3. Justificación	24
4. Objetivos	27
4.1. Objetivo General	27
4.2. Objetivos Específicos.....	27
5. Hipótesis planteadas para la investigación.....	29
6. Marco teórico	30
6.1. Escuela Clásica o de la Administración Científica	31
6.2. Escuela humanística.....	33
6.3. Escuela estructuralista.....	35
6.4. Escuela operativa o de proceso administrativo.	37
7. Marco conceptual	40
7.1. Pertinencia social y educativa	40
7.2. Posicionamiento.....	43
7.3. Mercado y mercado educativo	44
7.4. Técnicas de muestreo empleados en estudios sociales	44
7.4.1. población.....	44
7.4.2. muestra	44
7.4.3. muestra representativa.....	45
7.4.4. población blanco.....	46
7.4.5. unidad muestral	46
8. Metodología de la investigación	48
8.1. Enfoque de la Investigación	48

8.2.	Tipo de investigación.....	48
8.3.	Alcance de la investigación.....	48
8.4.	Diseño de la investigación	49
8.5.	Público objetivo de la investigación	49
8.6.	Contexto de la investigación	49
8.7.	Tipo de instrumento de medición a emplear	50
8.8.	Análisis de la información	50
8.9.	Prueba piloto	50
8.10.	Diseño muestral propuesto	51
8.11.	Descripción de la estrategia de trabajo de campo	58
9.	Resultados generales del estudio.....	59
9.1	Resultado grupo estudiantes de grado once de las instituciones educativas del departamento del Guaviare.....	59
9.2.	Resultados población laboralmente activa	86
10.	Conclusiones	109
10.1.	Estudiantes de grado once de instituciones educativas	109
10.2.	Población laboralmente activa	112
11.	Recomendaciones	115
12.	Referencias.....	118
Anexos	122

Índice de tablas

Tabla 1. Cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 2. Determinación del tamaño de la prueba piloto **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 3. Consolidado de estudiantes del grado once de instituciones educativas en el Departamento del Guaviare, Año 2015. **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 4. Distribución proporcional de la muestra poblacional estudiantil de grado once en los Municipios del Departamento del Guaviare, 2015 **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 5. Número de empleados de empresas seleccionadas en el Departamento del Guaviare.. **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 6. Distribución proporcional de la muestra poblacional de personal que labora en las empresas presentes en el Departamento del Guaviare, 2015 **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 7. Programas de formación superior que son de mayor interés para los jóvenes de grado once en el Guaviare..... **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 8. Otras preferencias de los jóvenes en cuanto a programas de formación superior **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 9. Carreras de interés en la modalidad de pregrado para la población laboralmente activa, en San José del Guaviare, 2015 **¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 10. Carreras de interés en la modalidad de postgrado para la población laboralmente activa, en San José del Guaviare, 2015..... **¡Error! Marcador no definido.**

Índice de gráficos

Gráfico 1. Primera universidad que se le viene a la mente y que presta servicios académicos en el Departamento del Guaviare, en el grupo de estudiantes, 2015.....	49
Gráfico 2. Consolidado porcentual de instituciones educativas que se convierten en opciones diferentes a la UNAD, para los estudiante de grado once en el departamento del Guaviare, 2015.....	50
Gráfico 3. Determinación porcentual de la intención de continuar estudios universitarios por estudiantes de grado once de instituciones educativas del Guaviare.....	51
Gráfico 4. Razones por las cuales los jóvenes de grado 11 de las instituciones educativas del Guaviare no desean continuar sus estudios, 2015.....	52
Gráfico 5. Universidades donde estudiantes de grado once de instituciones educativas del Guaviare tienen la intención de continuar sus estudios, 2015	53

Gráfico 6. Determinación porcentual de las características que tienen en cuenta los estudiantes de grado once de instituciones educativas del Guaviare para elegir universidad.....	54
Gráfico 7. Nivel formativo que le gustaría culminar a los estudiantes del grado once de las instituciones educativas del Guaviare, 2015.....	55
Gráfico 8. Determinación porcentual de la proveniencia de recursos con los que cuentan los estudiantes del Guaviare para continuar sus estudios, 2015	56
Gráfico 9. Metodología de formación preferiría por los estudiantes de grado 11, para continuar con sus estudios, en el Guaviare, 2015.....	57
Gráfico 10. Conocimiento de la metodología de educación a distancia medidas por las tecnologías de la educación y la comunicación, en el Guaviare, 2015.....	58
Gráfico 11. Estudiantes del Guaviare que han escuchado o tiene alguna referencia de la universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.....	59
Gráfico 12. Referencias que los jóvenes de grado 11 tienen de la UNAD..	60

Gráfico 13. Determinación porcentual de la opinión tiene usted de las carreras técnicas y universitarias que ofrece la UNAD	61
Gráfico 14. A través de qué medios han recibido las referencias que tienen de la UNAD, los estudiantes del Guaviare, 2015.....	62
Gráfico 15. Grado de conocimientos de los programas ofrecidos por la UNAD, entre los estudiantes de grado 11 del Guaviare, 2015.....	63
Gráfico 16. Jóvenes que estarían interesados en continuar su proceso de formación en la UNAD, 2015.....	64
Gráfico 17. Los diez programas de mayor interés para los jóvenes de grado once en el Guaviare, 2015	67
Gráfico 18. Género de los jóvenes participantes del estudio en el Guaviare, 2015.....	69
Gráfico 19. Determinación porcentual de la edad de los estudiantes del grado once que participaron en el estudio, 2015.....	70

Gráfico 20. Estado civil de los jóvenes de grado 11 del Departamento del Guaviare, 2015.....	71
Gráfico 21. Número de personas que viven en los hogares de los estudiantes del Guaviare, 2015.....	72
Gráfico 22. Número de hijos que tienen los estudiantes del grado once de las instituciones educativas del Guaviare, 2015	73
Gráfico 23. Estrato socio económico de los jóvenes encuestados, Guaviare 2015.....	74
Gráfico 24. Universidad de mayor recordación en la población laboralmente activa en el Departamento del Guaviare, 2015.....	75
Gráfico 25. Principal atributo con que los empleados identifican a la universidad de mayor recordación, 2015	76
Gráfico 26. Instituciones educativas que se convierten en opciones diferentes a la UNAD para la población laboralmente activa en San José del Guaviare, 2015.....	77

Gráfico 27. Población laboralmente activa que ha escuchado hablar de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), Guaviare 2015.....	78
Gráfico 28. Medio por el cual los empleados de San José conocieron a la UNAD, San José del Guaviare 2015.....	79
Gráfico 29. Calificación de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), referente a la publicidad y la información que suministra, Guaviare 2015.....	80
Gráfico 30. Principal atributo de la UNAD, observado por la población laboralmente activa, Guaviare, 2015	81
Gráfico 31. Calificación de los empleados de San José del Guaviare, al prestigio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), 2015	82
Gráfico 32. Porcentaje de población laboralmente activa que conoce profesionales graduados de la UNAD, Guaviare 2015	83
Gráfico 33. Prestigio de los profesionales graduados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), según calificación de la población laboralmente	84

activa, Guaviare 2015.....

Gráfico 34. Personas laboralmente activa que desean continuar su proceso de formación Académica, Guaviare 2015..... 85

Gráfico 35. Personas que al continuar con su proceso de formación académica han contemplado la posibilidad de hacerlo en la UNAD, San José del Guaviare 2015..... 86

Gráfico 36. Modalidad de Estudio por la que muestra interés la población laboralmente activa para continuar con su formación académica, Guaviare 2015..... 87

Gráfico 37. Género de las personas de las empresas que participaron en el estudio, Guaviare 2015..... 91

Gráfico 38. Edad de los encuestados en el grupo de la población laboralmente activa, San José del Guaviare, 2015..... 92

Gráfico 39. Estado civil de la población laboralmente activa en el Departamento del Guaviare, 2015..... 93

Gráfico 40. Nivel de Estudios alcanzado por la población encuestada, de personas laboralmente activas en el Guaviare, 2015	94
Gráfico 41. Distribución porcentual del nivel de ingreso por salario mínimo legal vigente (SMLV).....	95
Gráfico 42. Estrato Socio Económico del grupo poblacional de empleados en el departamento del Guaviare, 2015	96

Lista de anexos

Anexo 1. Encuesta estudiantes de grado once de instituciones educativas

Anexo 2. Encuesta población laboralmente activa

Resumen ejecutivo

El propósito de este trabajo, fue precisar el nivel de posicionamiento y reconocimiento de la Universidad Nacional Abierta y Distancia(UNAD) en el Departamento del Guaviare, mediante un estudio descriptivo, de corte cuantitativo confirmatorio y diseño transversal; el cual, incluyó dos segmentos poblacionales diferentes: estudiantes de los grados 11 de las instituciones educativas en los cascos urbanos de los Municipios del Guaviare y personas laboralmente activas en las instituciones públicas y privadas de San José del Guaviare.

La información se obtuvo, mediante la aplicación de un cuestionario semi estructurado. Se realizó un muestreo aleatorio estratificado, seleccionando a 156 jóvenes estudiantes y 186 adultos de la población laboralmente activa. El análisis se realizó con base la estadística descriptiva.

Los resultados permitieron identificar la intención de compra de los servicios académicos de la UNAD para los dos grupos evaluados, encontrando que el grupo de personas laboralmente activas son quienes presentan una más alta intención de compra; así mismo, las carreras de administración de empresas, ingeniería ambiental y psicología, mostraron una mayor preferencia en los dos grupos poblacionales.

Se propone diseñar e implementar una estrategia de promoción y marketing de la UNAD, con base en los resultados obtenidos, que sea acorde con la potencialidad del territorio y mediante una planificación concertada que involucre al sector productivo e institucional.

Palabras clave: Universidad Nacional Abierta y Distancia, reconocimiento, posicionamiento, investigación de mercado, intención de compra.

Introducción

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia, (UNAD) es un proyecto educativo que nació con el nombre de Unidad Universitaria del Sur de Bogotá (UNISUR). Se creó con el objeto de diseñar e implementar programas académicos con la estrategia pedagógica de la educación a distancia, con programas que fuesen pertinentes con las necesidades locales, regionales, nacionales e internacionales y acordes con los retos y las demandas de una sociedad democrática, participativa y dinámica afines con modelos científicos, sociales y culturales que contextualizan al siglo XXI.

Como una organización educativa con proyección y liderazgo, la UNAD, ha venido construyendo diferentes instrumentos de planeación estratégica, como el plan de desarrollo 2011-2015, que le ha permitido afrontar los desafíos de la educación actual y mantenerse vigente en el mercadeo educativo nacional e internacional (UNAD, 2011). Este documento, incluye planes operativos entre los cuales, se encuentra el sistema de gestión de la investigación, que contempla en una de las metas, la necesidad de fomentar la participación de los estudiantes de ECACEN en los proyectos de investigación, desarrollo regional e innovación curricular para fortalecer los grupos y líneas de investigación de ECACEN.

Con el fin de realizar aportes significativos en marco de procesos de investigación en la UNAD, se realizó un estudio de mercado, basado en el reconocimiento y análisis de diferentes variables que influyen en la permanencia de la UNAD en el mercado académico del

Departamento del Guaviare como la intención de compra de los servicios académicos, servicios o programas académicos preferidos, Key Drivers empleados para definir la universidad, características del servicio educativo, Top Of Mind de las universidades y el establecimiento de los medios de los cuales se han obtenido información acerca de la UNAD.

Para alcanzar los objetivos establecidos, se seleccionaron dos grupos poblacionales representativos del área de estudio: estudiantes de grado once y personas laboralmente activas. Mediante un muestreo aleatorio estratificado, se seleccionó un grupo representativo de individuos pertenecientes a ambos grupos poblacionales, a los cuales se les aplicó una encuesta con preguntas cerradas adaptadas a las características de cada grupo y orientadas de determinar su conocimiento y preferencia con respecto a las variables de interés. Para el grupo de estudiantes de grado once, se aplicaron 23 preguntas y para la población laboralmente activa fue de 20 preguntas. La información recolectada, se ingresó en el software EPI-INFO, con el fin de realizar un análisis estadístico descriptivo.

Los resultados mostraron que la población correspondiente a estudiantes de grado once, presentaron una baja preferencia por los servicios académicos de la UNAD, aunque esto se relaciona con la baja promoción y el desconocimiento de los servicios que esta ofrece; en tanto que, la población laboralmente activa mostró una mayor preferencia por los servicios de la educación a distancia.

1. Antecedentes

Se han realizado diferentes investigaciones sobre estudios de mercado en diferentes contextos, entre los cuales se pueden destacar:

Lares (2005) empleó un enfoque con variables tanto cualitativas como cuantitativas para realizar un estudio de mercado, con base a un universo de 771 empresas, seleccionó a 257 mediante un muestreo no probabilístico, a las cuales se les realizaron encuestas telefónicas y observaciones directas para obtener la información requerida. Este trabajo, le permitió proponer un plan estratégico para posicionar a la empresa de publicidad Carlos Hill, y posibilitar su fortalecimiento en el mercado de la zona.

Behrentz (2009) realizó el análisis de un conjunto estrategias para utilización de los elementos del marketing mix, determinando el posicionamiento, reconocimiento por los estudiantes en cada uno de los programas y la caracterización de las ventajas competitivas que posee la entidad.

A nivel nacional, en diferentes CEADS, se han realizado diferentes estudios de mercado entre los cuales se destacan:

Molina (2012) realizó un estudio encaminado a determinar la viabilidad de una empresa orientada a la prestación de asesorías profesionales para el sector agropecuario; en el mismo, se analizaron las deficiencias del sector productivo para generar estándares de competitividad. La

investigación fue realizada empleando un enfoque metodológico cualitativo, cuantitativo y descriptivo. La población estuvo conformada por los propietarios de los predios del departamento; de acuerdo con lo anterior, se utilizó una fórmula de muestreo finito, el cual seleccionó un total de 150 individuos. La metodología propuesta empleó un muestreo aleatorio simple, aplicando la técnica de encuesta personal (compuesta por 14 preguntas abiertas y cerradas como método directo para la recolección de datos). De acuerdo con los resultados, el estudio determinó la viabilidad de la empresa; ya que algunas condiciones como grandes extensiones de tierra, permiten ampliar la capacidad de invertir en la modernización y la creación de una economía regional competitiva, estructurada por sistemas de producción sostenible; lo cual requiere de empresas prestadoras de servicios agropecuarios sólidas que apoyen este proceso de desarrollo agropecuario.

Caro, et al (2012) realizaron un estudio de mercadeo, por medio de encuestas estructuradas, aplicadas a 397 estudiantes de grado 11 de 14 establecimientos educativos en 8 municipios: Villavicencio, Acacias, Granada, Puerto Gaitán, San Carlos de Guaroa, Cubarral, El Dorado y San Martín; a través del cual, mostraron que la UNAD es una de las universidades de la zona, más preferida por los estudiantes para continuar sus estudios de educación superior, ocupando el cuarto lugar entre las 37 instituciones que brindan este servicio, con porcentajes de preferencia muy cercanos entre sí. Se evidenció un considerable interés por educación presencial; así mismo, la quinta parte de la población muestreada, manifestó desconocimiento en aspectos importantes de la educación superior en cuanto a instituciones, programas y perfiles. Se manifestó una marcada preferencia por las universidades públicas y algunas áreas del

conocimiento como administración y el medio ambiente ocupan los primeros lugares en la preferencia de los estudiantes al elegir programas de educación superior en la región.

Chitiva et al, (2008) realizaron un primer acercamiento al contexto de la educación superior en el departamento del Guaviare, para el cual se tuvieron en cuenta variables como: relevancia de los programas académicos, impacto en la sociedad, contribución al conocimiento y fortaleza institucional. El trabajo realizado permitió evidenciar la importante demanda de formación post-gradual, específicamente en especializaciones, maestrías y doctorados, que contribuyan en la cualificación de talento humano, en áreas como Innovación y el desarrollo tecnológico. También se afirma que necesario profundizar en aspectos como la necesidad de creación de empresas, con criterios de competitividad.

En departamento del Guaviare no se encontraron estudios similares, excepto el ya mencionado aunque este sin embargo, dió un referente importante para el estudio realizado.

2. Planteamiento del problema

En la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD en el Departamento del Guaviare, se no se conoce el nivel de reconocimiento, que esta posee entre el mercado de instituciones educativas, los estudiantes poco la contemplan como institución de preferencia para sus estudios, esto hace que no tenga la demanda esperada y amenace su permanencia como institución educativa en la región.

Lo anterior, se considera de vital importancia por cuanto la permanencia de una institución que presta servicios al consumidor, depende en gran medida de su competitividad, al interior de la cual, el reconocimiento juega un papel imprescindible para la toma de decisiones y elaboración de planes estratégicos.

Con base en la situación planteada, el problema de investigación fue: ¿Cuál es el reconocimiento que posee la Universidad Nacional Abierta y Distancia UNAD, entre la población del Departamento de Guaviare?

3. Justificación

La Universidad Nacional Abierta y Distancia (UNAD), tiene como característica fundamental, el formar profesionales e investigadores de excelencia, creativos, humanistas, con capacidad de liderazgo, pensamiento crítico y alta conciencia ciudadana, que puedan responder a las necesidades de la sociedad, siendo promotores del cambio en la educación del país; así mismo, busca orientar esfuerzos para contribuir a la solución de los problemas de la sociedad, mediante la formación profesional y técnica de personal calificado en diferentes áreas del saber.

En el Departamento del Guaviare, esta institución educativa durante los últimos años, se ha convertido en una valiosa alternativa para la formación, logrando que estudiantes con último grado de educación media y trabajadores que no pueden asistir a una jornada académica presencial, puedan acceder más fácilmente a la educación superior. Este proceso, se ha venido consolidando gracias a una amplia oferta educativa en diferentes ramas del saber, graduando a profesionales, que realizan significativos aportes al desarrollo comunitario.

Sin embargo, a pesar de los importantes avances alcanzados, se requiere diseñar e implementar planes de acción estratégica prospectiva que permitan actualizar y consolidar este proceso y que le posibiliten mantenerse reconocida como una institución sólida que se adapta a la constante dinámica del saber y a los gustos y preferencias de los potenciales estudiantes, de acuerdo con las variables condiciones del mercado educativo.

Si no se realizan estas acciones, la institución no podrá contar con información que soporte la planificación; lo cual, podrá generar la toma de decisiones inadecuadas que pongan en peligro la permanencia de la institución en el departamento y dejará de ser reconocida como una alternativa valiosa para el mercado educativo Departamental; lo cual, ocasionará que personas que no tienen otro tipo de acceso a la educación superior, no puedan formarse en disciplinas que aporten al desarrollo social, económico y ambiental de la región y al mejoramiento de las condiciones de vida.

Con base a lo anterior, esta investigación, se realizó con el fin efectuar aportes significativos que permitieron determinar el nivel de reconocimiento de la UNAD mediante la caracterización de diferentes variables como: programas de mayor preferencia, características del servicio educativo, Top Of Mind de las universidades, Key Drivers empleados para seleccionar universidad y los medios empleados para obtener información de la UNAD; los cuales, aportaron información relevante para la planeación estratégica prospectiva del CEAD de San José del Guaviare.

La información recolectada se ingresó en el software EPI-INFO, con el fin de realizar un análisis estadístico descriptivo por parte de equipo de investigación, conformado por dos tesistas de la UNAD; con lo cual, se logró obtener insumos e instrumentos de análisis para la toma de decisiones sobre la planeación estratégica en un escenario prospectivo, orientado a mejorar la competitividad de la UNAD en el mercado de ofertas educativas en el Departamento del Guaviare.

Las diferentes actividades de la investigación planteada, se realizaron en los cascos urbanos de los Municipios de San José del Guaviare, El Retorno, Calamar y Miraflores, donde se seleccionaron dos grupos poblacionales como objeto de estudio: estudiantes de los grados once de las diferentes instituciones educativas y personal laboralmente activo pertenecientes a instituciones del sector público y privado.

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

Realizar una investigación de mercados que precise el nivel de posicionamiento y reconocimiento de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) en el Departamento del Guaviare.

4.2. Objetivos Específicos

Medir la intención de compra o adquisición de los servicios académicos que oferta la UNAD al mercado entre el público objetivo de la investigación.

Identificar cuáles serían los servicios o programas académicos de la UNAD preferidos por los grupos de estudio.

Identificar cuáles son los Key Drivers sobre los cuales el público objetivo de la investigación selecciona la universidad en la cual desea estudiar.

Identificar cuáles son las características esenciales del servicio educativo ideal que el público objetivo del estudio estaría dispuesto a adquirir o comprar.

Evaluar el Top Of Mind de las universidades con mayor nivel de recordación entre el público objetivo del estudio.

Establecer a través de qué medios los evaluados han obtenido información de la UNAD, estableciendo qué tan buena o positiva ha sido la información que han obtenido.

5. Hipótesis planteadas para la investigación

La insuficiente promoción de las ventajas comparativas que tiene la oferta educativa de la UNAD, no le ha permitido alcanzar un mayor nivel de posicionamiento en el Departamento del Guaviare y consecuentemente no es reconocida como la mejor opción para cursar estudios superiores.

6. Marco teórico

Chiavenato (2004) plantea que la palabra *administración* proviene del latín *ad* (hacia, dirección, tendencia) y *minister* (subordinación, obediencia, al servicio de), y significa aquel que realiza una función bajo el mando de otro, es decir, aquel que presta un servicio a otro o está al servicio de otro.

En este sentido, la UNAD, como institución que brinda servicios a la comunidad, debe tener en cuenta, los fundamentos propios de la administración con el fin de que se cumpla con los fines que motivaron su existencia y orienten las estrategias que permitan su vigencia en la zona de influencia.

Vargas, H. (2011) plantea que las teorías y principios de la administración son aplicables en todos los organismos sociales organizados que deseen alcanzar un adecuado funcionamiento, esta investigación se enmarca en el campo de la ciencias administrativas pues la universidad, como institución educativa, cuenta con una organización, mediante la cual pretende alcanzar los objetivos, basada en los pasos que integran el proceso administrativo.

Aunque la administración es una disciplina a la que atañen los resultados prácticos, es importante enunciar brevemente algunas teorías o escuelas de la administración, pues ellas se constituyen en un valioso referente para el diseño y ejecución del presente trabajo. En este sentido podemos destacar entre otras:

6.1. Escuela Clásica o de la Administración Científica

Esta escuela tuvo como principal exponente a Fayol, H. (2005), quien de acuerdo con la teoría de las escuelas administrativas fue el primero en sistematizar el comportamiento gerencial y estableció estos 14 principios sobre la administración:

1. Subordinación de intereses particulares: Por encima de los intereses de los empleados, están los intereses de la empresa.
2. Unidad de Mando: En cualquier trabajo un empleado sólo deberá recibir órdenes de un superior.
3. Unidad de Dirección: Un solo jefe y un solo plan para todo grupo de actividades que tengan un solo objetivo. Esta es la condición esencial para lograr la unidad de acción, coordinación de esfuerzos y enfoque. La unidad de mando no puede darse sin la unidad de dirección, pero no se deriva de esta.
4. Centralización: Es la concentración de la autoridad en los altos rangos de la jerarquía.
5. Jerarquía: La cadena de jefes va desde la máxima autoridad a los niveles más inferiores y la raíz de todas las comunicaciones van a parar a la máxima autoridad.
6. División del trabajo: quiere decir que se debe especializar las tareas a desarrollar y al personal en su trabajo.

7. Autoridad y responsabilidad: Es la capacidad de dar órdenes y esperar obediencia de los demás, esto genera más responsabilidades.
8. Disciplina: Esto depende de factores como las ganas de trabajar, la obediencia, la dedicación y un correcto comportamiento.
9. Remuneración personal: Se debe tener una satisfacción justa y garantizada para los empleados.
10. Orden: Todo debe estar debidamente puesto en su lugar y en su sitio, este orden es tanto material como humano.
11. Equidad: Amabilidad y justicia para lograr la lealtad del personal.
12. Estabilidad y duración del personal en un cargo: Hay que darle una estabilidad al personal.
13. Iniciativa: Tiene que ver con la capacidad de visualizar un plan a seguir y poder asegurar el éxito de este.
14. Espíritu de equipo: Hacer que todos trabajen dentro de la empresa con gusto y como si fueran un equipo, hace la fortaleza de una organización.

Los principales aportes de esta escuela se fundamentaron en dos aspectos:

- La universalidad de la teoría administrativa, mediante la cual estableció la aplicabilidad de los principios administrativos a cualquier actividad humana: hogar, organizaciones con o sin ánimo de lucro, la administración pública y negocios, por lo tanto es universal.
- La necesidad de establecer un Proceso administrativo, reconociendo que la organización es dirigida por un sistema racional de reglas y autoridad que busca el logro de objetivos, por lo tanto, debe coordinar los recursos con los que cuenta.

6.2. Escuela humanística

Los principios que fundamentaron esta corriente de pensamiento administrativo se conocen como la teoría de las relaciones humanas (también denominada escuela humanística de la administración), fue desarrollada por Elton Mayo y sus colaboradores en Estados Unidos, como un movimiento de oposición a la teoría clásica de la administración. Tuvo otros destacados exponentes como Ordway Tead, Mary Parker Follet, Chester Barnard, George. (Chiavenato, I., 2004).

Se caracteriza por la importancia que da al factor humano en la administración. Mientras Taylor y sus seguidores se preocuparon inicialmente por la Organización racional del trabajo, los psicólogos realizaron investigaciones que los llevaron a descubrir que la eficiencia industrial, es

decir, el rendimiento en el trabajo, no es solamente materia de organización y racionalización, sino también un problema de motivación del trabajador y de satisfacción de sus necesidades humanas. El estudio del hombre, de sus motivaciones, sus necesidades y sus expectativas sociales originó la teoría de las Relaciones Humanas. Esta teoría postula que el elemento humano es lo más importante en la empresa. (Unad, 2009).

La línea de investigación liderada por Mayo y algunos otros colegas de Harvard, como Fritz J. Roethlisberger y William J. Dickson, se fundamentó en una serie de estudios realizados en Western Electric Company entre 1924 y 1933, los cuales con el tiempo se conocieron como “los estudios de Hawthorne”, porque muchos de ellos fueron realizados en la fábrica Hawthorne de Western Electric, cerca de Chicago. En estos estudios se investigó la relación entre la cantidad de iluminación en el centro de trabajo y la productividad de los obreros. Los investigadores llegaron a la conclusión de que los empleados trabajarían con más tesón si la gerencia se preocupaba por su bienestar y si los supervisores les prestaban atención especial. Este fenómeno se conoció, más adelante, como el efecto de Hawthorne. (Chiavenato, I., 2004).

Los investigadores también llegaron a la conclusión de que los grupos informales de trabajo (el entorno social de los empleados) tienen una influencia positiva en la productividad. Muchos de los empleados de Western Electric opinaban que su trabajo era aburrido y absurdo, pero que sus relaciones y amistades con sus compañeros, en ocasiones sujetos a la influencia de un antagonismo compartido contra los jefes, le daban cierto significado a su vida laboral y les ofrecían cierta protección contra la gerencia. Por tal motivo, la presión del grupo, con frecuencia,

representaba una mayor influencia para aumentar la productividad de los trabajadores que las demandas de la gerencia; así pues, Mayo era de la opinión que el concepto del hombre social (movido por necesidades sociales, deseosas de relaciones gratificantes en el trabajo y más sensibles a las presiones del grupo de trabajo que al control administrativo) era complemento necesario del viejo concepto del hombre racional, movido por sus necesidades económicas personales. (Chiavenato, I., 2004).

Al poner de relieve las necesidades sociales, el movimiento de relaciones humanas mejoró la perspectiva clásica que consideraba la productividad casi exclusivamente como un problema de ingeniería. En cierto modo, Mayo redescubrió el antiguo principio de Robert Owen según el cual, un genuino interés por los trabajadores, las “máquinas vitales” como Owen solía llamarlos, pagaría dividendos. Además, estos investigadores recalcaron la importancia del estilo del gerente y con ello revolucionaron la formación de los administradores. La atención fue centrándose cada vez más en enseñar las habilidades directivas, en oposición a las habilidades técnicas. Por último, su trabajo hizo renacer el interés por la dinámica de grupos. Los administradores empezaron a pensar en función de los procesos y premios del grupo para complementar su enfoque anterior en el individuo. (Chiavenato, I., 2004).

6.3. Escuela estructuralista

James Burnham (1941), profesor de filosofía en la Universidad de Nueva York, en su obra titulada la revolución gerencial, sostiene que la nueva clase dirigente del mundo está

constituida por los administradores. Para este autor, los gerentes y los administradores son una misma cosa. Son ellos los que dirigen las organizaciones. Son ellos quienes pueden lograr que la sociedad, como conjunto de organizaciones, se desarrolle y alcance sus propios fines. Un gerente, un administrador es la cabeza de una organización y el responsable de su éxito o fracaso.

Los estructuralistas, estudiaron las organizaciones desde el punto de vista de su estructura, de su funcionamiento y de los medios que utilizan para lograr sus objetivos. En la búsqueda de eficiencia organizacional trataron de establecer normas y principios valederos y de identificar las manifestaciones de su comportamiento. Al estudio de las organizaciones y al análisis de sus características se han dedicado diferentes especialistas tanto en ciencia política como en economía, en sociología, en antropología, en psicología y más recientemente en administración.

Desde una perspectiva administrativa, la sociedad actual se concibe como un conjunto de organizaciones, las cuales se asimilan al concepto de empresas. Se ha llegado a concluir que la eficiencia de aquellas, se alcanza mediante la aplicación de técnicas y principios administrativos a sus formas de estructuración y de funcionamiento. Esta creencia se fundamenta en el hecho de que las organizaciones de cualquier naturaleza y magnitud, tienen elementos comunes: personas, objetivos, estructura ordenada al cumplimiento de funciones, contexto ambiental, sistema administrativo (Unad, 2009).

6.4. Escuela operativa o de proceso administrativo.

También llamada escuela operacional, o del proceso administrativo, surgió de la necesidad de utilizar los conceptos válidos y relevantes de la teoría clásica, y es la que actualmente es más usada en casi todas las organizaciones a nivel mundial.

Para los neoclásicos, “La Administración consiste en orientar, dirigir y controlar los esfuerzos de un grupo de individuos para lograr un fin común con un mínimo de recursos y de esfuerzo y con la menor interferencia, con otras actividades útiles.

Según la teoría neoclásica, las funciones del administrador corresponden a los elementos de la administración que Fayol definiera en su tiempo (prever, organizar, comandar, coordinar y controlar), con la aparición actualizada las funciones que constituyen el proceso administrativo, como la Planeación, organización, dirección y control.

Esta escuela presenta varias características que la identifican:

- El énfasis en la práctica de la administración.
- La reafirmación relativa de los postulados clásicos. Toma en cuenta a la organización formal e informal
- El énfasis en los principios clásicos de la administración, en los resultados y objetivos.

- El punto fundamental de esta teoría es definir la administración como una ciencia social.
- Énfasis en el proceso administrativo.

El enfoque Neoclásico genera también diversos tipos de organización, entre la que destacan:

a. organización lineal.

La organización lineal es el tipo de organización más antigua y más simple. Se basa en el principio de la unidad de mando, cuyas características principales son la autoridad única basada en la jerarquía, los canales formales de comunicación, la centralización de las decisiones y su configuración claramente piramidal. Su estructura es simple y de fácil comprensión y permite facilidad de implantación y adecuación a organizaciones pequeñas. Por otra parte, impide las innovaciones por su rigidez funcional, enfatiza y exagera la función de jefatura y de mando, pues supone la existencia de jefes capaces de hacerlo y saberlo todo, lo que dificulta la cooperación e iniciativa de los trabajadores.

b. organización funcional.

Es aquella que se basa en el principio funcional, es decir, en el principio de especialización. Su autoridad es relativa y se basa en la especialización, es una autoridad sustentada en el conocimiento y se extiende a toda la organización. Cada subordinado responde a muchos superiores de manera simultánea, pero solo en los asuntos concernientes a la especialidad de ellos y la comunicación se efectúa sin intermediarios. Por otra parte, genera una

dispersión, pérdida de autoridad de mando, Subordinación múltiple y Confusión en cuanto a los objetivos.

c. organización línea staff.

La organización línea-staff es una combinación de la organización lineal y la funcional, que maximiza las ventajas de ambas y deduce sus desventajas, aunque en el fondo predominen las características lineales. Sus características principales son la fusión de la estructura lineal con la estructura funcional, lo cual permite la coexistencia de líneas formales de comunicación con la prestación de asesoría funcional, y la separación entre órganos operacionales (de línea) y órganos de apoyo (staff o asesoría), lo que hace posible la coexistencia de la jerarquía de mando y de la especialización técnica.

7. Marco conceptual

7.1. Pertinencia social y educativa

La pertinencia social exige a la universidad pública asumir la complejidad de la globalización y adquirir nuevos compromisos con las comunidades locales. Las universidades públicas, deben responder a las expectativas ciudadanas bajo una perspectiva crítica, ética y política (Rangel,C.G, y Lazcano, G.S. 2012); por tanto, es vital importancia determinar la pertinencia de los programas educativos que ofrece, ya que estos determinan su estado de articulación con el sistema productivo y las necesidades de la sociedad; en este sentido, Cajiao (2014) plantea que la pertinencia de los programas educativos de una institución pueden ser analizados desde dos aspectos: desde la óptica funcional de la educación con respecto al sistema productivo y desde la percepción y necesidades específicas de los ciudadanos que acceden a las instituciones educativas. La primera perspectiva, hace referencia a las necesidades de la sociedad, especialmente en su aspecto productivo, pretendiendo adecuar lo que se ofrece desde la educación formal a la demanda potencial del mercado laboral; con base, en esta mirada se establecen orientaciones de política pública relacionadas con el diseño de programas académicos de corte técnico y tecnológico, así como la orientación que debería darse a ciertas áreas del conocimiento como la matemática, el aprendizaje del inglés o el énfasis en las llamadas competencias laborales. Este enfoque es el que será tenido en cuenta con base para el análisis del presente trabajo investigativo, por cuanto se adecua a los propósitos establecidos en los objetivos del mismo.

El Ministerio de educación, (2006) en el plan decenal 2006-2016, establece en los lineamientos para la pertinencia, la necesidad que los aprendizajes en el aula trasciendan la calificación, de tal forma que sean útiles al proyecto de vida de los estudiantes, y se propone articular y comprometer al sector educativo, productivo y social en alianzas que mejoren la calidad y pertinencia de los procesos educativos, integrando la educación preescolar, básica, media y superior, desde una perspectiva de desarrollo sostenible local, regional, nacional y global. En este plan sectorial, se plantea que “la política de pertinencia se ha concebido para que el sistema educativo forme el recurso humano que pueda responder al reto de aumentar la productividad y competitividad del país. Para ello, en torno al desarrollo de las competencias laborales, se propone establecer propuestas flexibles que faciliten la movilidad de los estudiantes entre los diferentes niveles de formación y entre el sistema educativo y el mercado laboral. De forma particular se busca fortalecer y fomentar la educación técnica y tecnológica.”

En el plan sectorial, se establece que la pertinencia es un aspecto determinante en la calidad de la educación y supera el ámbito de la institución superior en tanto tiene consecuencias directas en la sociedad. El Plan Nacional Decenal 2006-2016 para la educación superior, muestra la importancia de transformar el pensamiento de lo enciclopédico a lo creador, mediante el fortalecimiento de la capacidad de análisis, el razonamiento y la argumentación. Igualmente reafirma la necesidad de trabajar por un sistema de educación superior que, con alianzas académicas y laborales, se articule al sector productivo y consulte las necesidades de desarrollo territorial a través de currículos flexibles coherentes con las exigencias del entorno, y en el que las competencias de bilingüismo y manejo de las TIC son condiciones para el avance de la competitividad.

Además, se plantea la articulación de la educación media a la técnica, tecnológica y universitaria, mediante el fomento de la cobertura para las carreras técnicas y tecnológicas, y destinar mayores recursos en conectividad para aprovechar la educación virtual y fortalecer el impulso a la formación técnica y tecnológica desde la etapa básica, media y media vocacional.

Finalmente, el Plan indica la conveniencia de incrementar el número de personas que acceden a doctorados y de consolidar un sistema de evaluación y seguimiento que valore el aprendizaje de los universitarios con respecto a estándares de calidad internacionales (Ministerio de educación, 2006).

En el “Documento de Políticas para el Cambio y el Desarrollo de la Educación Superior”, elaborado por la UNESCO, la pertinencia se considera “primordialmente, en función de su cometido y su puesto en la sociedad, de sus funciones con respecto a la enseñanza, la investigación y los servicios conexos, y de sus nexos con el mundo del trabajo en sentido amplio, con el Estado y la financiación pública y sus interacciones con otros niveles y formas de educación.” (Yarzabal, 1999).

También es necesario tener en cuenta que “la voluntad de pertinencia se plantea todavía con más rudeza en épocas de cambio en las que abundan las situaciones paradójicas y las tendencias presentes de la sociedad apuntan en sentidos diversos. Entonces más que nunca, la educación superior debe desempeñar un papel fundamental, poniendo todos sus recursos y su

espíritu de independencia al servicio de lo que es pertinente para la persona y para la sociedad en general”. (Yarzabal, 1999).

7.2. Posicionamiento

En un mundo en el cual, prima la competencia para llegar con eficiencia a los consumidores, es importante que las empresas determinen el posicionamiento que tiene su marca en el mercado y en la mente de los consumidores. Es un concepto que se usa en la mercadotecnia y se considera fundamental para el éxito de cualquier organización. Son varias las aproximaciones que se han realizado para abordar el concepto de posicionamiento:

De acuerdo con Kotler y Armstrong (2003), “el posicionamiento en el mercado consiste en hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable, en relación con los productos de la competencia, en la mente de los consumidores meta”.

En tanto que Stanton et al, (1980), conceptúan que el posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia.

Lambin y Salvador (1995), entiende al posicionamiento “como la manera en que la marca o la empresa desea ser percibida por los compradores objetivos”.

7.3. Mercado y mercado educativo

J.M. Manes, J, (1997), lo definió como un proceso de investigación de necesidades para desarrollar e implementar programas académicos que satisfagan, a través del ejercicio de servicios académicos acordes con su valor ofrecido y percibido, y éticamente promocionados para lograr el impacto, desarrollo y bienestar de los individuos y organizaciones de comunidad a la que conciernen.

7.4. Técnicas de muestreo empleados en estudios sociales

Con base en lo planteado por Labarca, (2009), para la toma de información relacionada con el muestreo de una comunidad es necesario precisar elementos como:

7.4.1. población.

Conjunto de individuos que tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio que les es propio y varían en el transcurso del tiempo.

7.4.2. muestra.

Es una fracción o subconjunto de cualquier tamaño de la población de la cual proviene. Las muestras se escogen por diversos procedimientos (sean apropiados o no) para realizar las observaciones o recogida de datos. El método de muestreo aplicado y el tamaño de la muestra que se decida, determinan su grado de representatividad.

7.4.3. muestra representativa.

Es una muestra de un tamaño apropiado que ha sido escogida por procedimientos aleatorios y se considera que las características observadas “representan” o corresponden a la población de donde ella proviene. Lamentablemente no es posible tener la certeza de su grado “representativo” sino la probabilidad razonable de su semejanza, la que puede ser calculada por algún modelo estadístico.

Al realizar un muestreo de una población es necesario establecer un nivel de confianza; el cual se indica por $1-\alpha$ y habitualmente se da en porcentaje $(1-\alpha)\%$. Hablamos de nivel de confianza, ya que una vez extraída la muestra, el intervalo de confianza estará definido al igual que la media poblacional (μ) y solo se confía si contendrá al verdadero valor del parámetro o no, lo que si conlleva una probabilidad es que si repetimos el proceso con muchas medias muestrales podríamos afirmar que el $(1-\alpha) \%$ de los intervalos así contruidos contendría al verdadero valor del parámetro. Los valores que se suelen utilizar para el nivel de confianza son el 95%, 99% y 99,9%. Para lo anterior se cuenta con tablas que permiten determinar el porcentaje requerido (tabla 1). (Rodríguez, 2008).

Tabla 1.
Cálculo del tamaño de una muestra por niveles de confianza

Certeza	95%	94%	93%	92%	91%	90%	80%	62.27%	50%
Z	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65	1.28	1	0.6745
Z ²	3.84	3.53	3.28	3.06	2.86	2.72	1.64	1.00	0.45
e	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.10	0.20	0.37	0.50
e ²	0.0025	0.0036	0.0049	0.0064	0.0081	0.01	0.04	0.1369	0.25

Fuente: Rodríguez, 2008

Para ver como se distribuye algunas de las características de la muestra con respecto a la variable que se está midiendo, podemos recurrir a la famosa campana de Gauss o Student que refleja la curva normal de distribución cuya característica principal es la de ser unimodal donde la media, mediana y la moda siempre coinciden.

La distribución normal, es muy útil para representar la estadística de muchos fenómenos físicos, biológicos, psicológicos o sociológicos.

7.4.4. población blanco.

Corresponde a la población de donde se extrae una muestra y hacia la cual se generaliza los hallazgos que se observen en dicha muestra. Sus atributos deben ser claramente definidos para que “los sujetos” sean correctamente elegidos.

7.4.5. Unidad muestral.

Corresponde a personas, objetos u otros elementos que se pueden numerar para ejecutar un sorteo aleatorio. Casi siempre se trata de sujetos o individuos, pero en algunos casos podrían ser escuelas, cursos o familias; también pueden ser “unidades territoriales” como manzanas de una ciudad, calles o casas.

Los estudios de investigación poseen diferentes sistemas de clasificación; para el presente trabajo, se han tenido en cuenta los experimentales y no experimentales.

En el grupo de los no experimentales se encuentran los llamados **diseños transeccionales descriptivos** que tienen como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables, estos nos presentan un panorama de su estado en uno o más grupos de personas, objetos o indicadores en determinado momento.

8. Metodología de la investigación

8.1. Enfoque de la Investigación

El presente trabajo se basó en un estudio de corte cuantitativo confirmatorio.

8.2. Tipo de investigación

El presente estudio se clasificó en el tipo de investigación no experimental; por cuanto, no se manipularon deliberadamente las variables de investigación, solo se realizó la observación de las mismas tal y como se encuentran en su contexto natural a partir de la recolección de datos por medio de los instrumentos de medición. (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

8.3. Alcance de la investigación

La investigación tuvo un alcance descriptivo, ya que buscó desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características analizadas en la investigación y cuantificadas por medio de los instrumentos de medición desarrollados para el estudio. Adicionalmente buscó especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos comunidades, procesos objetivos, o cualquier otro fenómeno que se sometió al análisis, para obtener resultados confiables y confirmatorios para la toma de decisiones estratégicas en la sede de la UNAD.

8.4. Diseño de la investigación

Se trabajó con un diseño transversal, el cual, consiste en recolectar datos en un solo momento, describir variables y analizar su incidencia e interrelación. Se seleccionó este tipo de diseño, ya que permitió analizar el estado actual de las diferentes variables y así mismo, determinó la relación entre las mismas con el fin de que este análisis permitiera apoyar la toma de decisiones sobre el mercadeo institucional (Hernández et al., 2006).

8.5. Público objetivo de la investigación

La ejecución del presente trabajo incluyó dos diferentes grupos poblacionales: estudiantes de los grados 11 de las instituciones educativas en los cascos urbanos de los Municipios de San José del Guaviare, El Retorno, Calamar y Miraflores y personas laboralmente activas en las instituciones públicas y privadas de San José del Guaviare.

8.6. Contexto de la investigación

El presente estudio se realizó en los colegios de básica secundaria de los municipios de San José, Retorno, Calamar y Miraflores en el departamento del Guaviare y personal de las empresas públicas y privadas de San José del Guaviare. El tiempo para realizar la actual investigación fue seis meses.

8.7. Tipo de instrumento de medición a emplear

Los instrumentos que se emplearon fueron: cuestionario semi estructurado dirigido al encuestado y registro de observaciones para la etapa de observación directa.

8.8. Análisis de la información

El análisis de la información obtenida, se realizó tomando como base la estadística descriptiva, ya que las variables de tipo cualitativo permitieron realizar análisis con base a las distribuciones de frecuencia. Otro tipo de análisis que se realizó fue el de tipo documental a través de la recopilación de información de fuentes primarias (bibliografía, páginas de internet) con ayuda de fichas de trabajo.

8.9. Prueba piloto

Para la ejecución de presente estudio se implementó una prueba piloto; la cual, se aplicó a una pequeña muestra de personas similares a las que van a ser evaluadas en la investigación. El objetivo de la prueba piloto, fue detectar oportunamente si existían preguntas incorrectamente planteadas, contenido de la pregunta, redacción, secuencia, forma y distribución del cuestionario, grado de dificultad en las preguntas, claridad en las instrucciones, duración de la aplicación del cuestionario, inquietudes del encuestado, entre otras. El tamaño de la muestra para realizar esta prueba piloto se estableció en el 10% de la población. El tamaño de la prueba piloto para los dos grupos que se encuestaron, se presenta en la tabla Nro. 2.

Tabla 2.
Determinación del tamaño de la prueba piloto

Grupo	Tamaño total de la muestra	Tamaño prueba piloto
Estudiantes grado 11	156	16
Población laboralmente activa	186	19

Fuente: Autores 2015

8.10. Diseño muestral propuesto

En poblaciones grandes se selecciona una muestra representativa. La muestra es definida como un sub-grupo del universo que es la población total. Existen dos tipos fundamentales y básicas de muestras: probabilísticas y no probabilísticas. Para el caso analizado, se utilizó una muestra probabilística, en dónde cada elemento de la población total tuvo la probabilidad conocida de pertenecer a la muestra.

Para el cálculo del diseño muestral se asignaron valores de p : 0,95 y q : 0,05. Lo anterior tomando como base los lineamientos de la UNAD sobre muestreos en estudios sobre investigación de mercados (UNAD, 2013); así como, lo expuesto por otros autores (Badii, Castillo y Guillen, 2008). Estos valores para este tipo de estudios, han sido empleados en diferentes investigaciones sobre mercadeo de la UNAD, tal como lo presentado por Cely y Cruz (2013) para poblaciones con características similares a las del presente estudio.

8.10.1. muestreo aleatorio estratificado.

De acuerdo con lo planteado en el presente estudio, se aplicó un muestreo a dos grupos poblacionales (estudiantes y población laboralmente activa), los cuales no son homogéneos con relación a las variables que se van a medir; por lo cual, la población dividió en estratos o grupos. Este tipo de muestreo se conoce como muestreo aleatorio estratificado, el cual se ajustó a los objetivos planteados en la investigación realizada.

Para determinar el tamaño de la muestra en cada estrato, se utilizó el método conocido como cálculo proporcional al tamaño del estrato, con lo cual se buscó que exista una relación proporcional entre el tamaño del estrato y el número de elementos este aporta a la muestra.

Cuanto mayor sea el estrato, mayor será el tamaño de la muestra seleccionada, buscando que el muestreo garantice la representatividad de los mismos.

8.10.2. población.

8.10.2.1. segmento jóvenes.

Para el presente estudio, se realizó una investigación a los jóvenes estudiantes de grado 11 del Departamento de Guaviare, cuya edad se encontraba entre 15 a 25 años.

Dado que este grupo corresponde a una población finita se aplicó la fórmula establecida para calcular el tamaño de una muestra representativa:

$$n = \sigma^2 N p q / e^2 (N - 1) + \sigma^2 p q$$

Donde

σ^2 = nivel de confianza

N = Universo o población

p= Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = error de estimación (precisión en los resultados)

n = Número de elementos (tamaño de la muestra)

El censo de los estudiantes de grado once en las diferentes instituciones educativas, se presentan en la tabla 3.

Tabla 3.

Consolidado de estudiantes del grado once de instituciones educativas en el Departamento del Guaviare, Año 2015.

Municipio	Nombre Institución	Alumnos Grado 11
San José	Institución Educativa Alfonso López Pumarejo	107
San José	Institución Educativa Concentración de Desarrollo Rural	103
San José	Institución Educativa José Celestino Mutis	79
San José	Institución Educativa Manuela Beltrán	116
San José	Institución Educativa Santander	120
San José	Institución Educativa Santander	12
Calamar	Institución Educativa Carlos Mauro Hoyos	52
El Retorno	Institución Educativa Latorre Gómez	57
Miraflores	Institución Educativa María Auxiliadora	25
Total		671

Fuente: Autores 2015

Con base a lo anterior y aplicando la fórmula de muestreo poblacional, se determinó la población a muestrear para este grupo de estudio (tabla 4).

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.95)(0.05)(671)}{(0.03^2)(670) + ((1.96)^2(0.95)(0.05))}$$

$$n = \frac{122.44}{0.79} = 156$$

Total de estudiantes grado 11 671

Muestra estudiantil 156

La población a muestrear obtenida fue de 156 estudiantes; la cual, se distribuyó proporcionalmente en los cuatro municipios objeto de estudio. Tabla 4.

Tabla 4.

Distribución proporcional de la muestra poblacional estudiantil de grado once en los Municipios del Departamento del Guaviare, 2015

Municipio	Nro. de estudiantes	Proporción respecto al total	Tamaño
San José	537	0,80	125
Retorno	52	0,08	12
Calamar	57	0,08	13
Miraflores	25	0,04	6

Fuente: Autores 2015

8.10.2.2. *segmento empresas.*

Para este grupo se tomó en consideración a personas laboralmente activas pertenecientes a las diferentes empresas del Departamento del Guaviare, recurriendo a visitas realizadas en cada una de las empresas priorizadas con base al reconocimiento, número de empleados y trayectoria en la región.

Tal como se comporta en el segmento de los jóvenes, este grupo se clasificó como una población finita; por lo cual, también se aplicó la fórmula definida para este tipo de casos con el fin de obtener una muestra representativa:

$$n = \sigma^2 N p q / e^2 (N - 1) + \sigma^2 p q$$

Donde

σ^2 = nivel de confianza

N = Universo o población

p= Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = error de estimación (precisión en los resultados)

n = Número de elementos (tamaño de la muestra). Para el presente trabajo, se ha determinado un nivel de $Z = 1.96$ para un 95% de confianza (UNAD, 2013). Las empresas analizadas con su correspondiente número de empleados y la población a muestrear se presentan en las tablas Nro. 5 y 6.

Tabla 5.
Número de empleados de empresas seleccionadas en el Departamento del Guaviare.

EMPRESA	NUMERO DE EMPLEADOS
Alcaldía	85
Ambientar S.A.	25
Aqua fressh	16
Banca mía	12
Banco agrario	19
Banco popular	24
Caprecom	27
Celcom (claro)	9
Contraloría general de la república	21
Coopsagua	28
Cootregua	29
Energuaviare	90
Facredig	12
Gases del llano	4
Gobernación	1.283
Hospital San José	320
Hotel Colombia	5
Hotel pórtico	4
ICBF	24
Inversiones paraíso	11
Lácteos del Guaviare	6
Procuraduría	8
Salud Coop	15
Sena	24
Supermercado López	32
Supermercado Lucho's Market	23
Telecom	16
TOTAL NUMERO DE EMPLEADOS	2.172

Fuente: Autores 2015

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.95)(0.05)(2172)}{(0.03^2)(2171) + ((1.96)^2(0.95)(0.05))}$$

$$n = \frac{396.338}{2.136} = 186$$

Total personal empresas San José del Guaviare 2.172

Muestra Empleados 186

Tabla 6.

Distribución proporcional de la muestra poblacional de personal que labora en las empresas presentes en el Departamento del Guaviare, 2015

Empresa	Número de empleados	Proporción respecto al total	Tamaño
Alcaldía	85	0,04	7
Ambientar S.A.	25	0,01	2
Aqua fressh	16	0,01	1
Banca mía	12	0,01	1
Banco agrario	19	0,01	2
Banco popular	24	0,01	2
Caprecom	27	0,01	2
Celcom (claro)	9	0,00	1
Contraloría general de la República	21	0,01	2
Coopsagua	28	0,01	2
Cootregua	29	0,01	2
Energuaviare	90	0,04	8
Facredig	12	0,01	1
Gases del llano	4	0,00	0
Gobernación	1.283	0,59	110
Hospital San José	320	0,15	27
Hotel Colombia	5	0,00	1
Hotel pórtico	4	0,00	1
Icbf	24	0,01	2
Inversiones paraíso	11	0,01	1
Lácteos del Guaviare	6	0,00	1
Procuraduría	8	0,00	1
Salud Coop	15	0,01	1
Sena	24	0,01	2
Supermercado López	32	0,01	3
Supermercado Lucho's Market	23	0,01	2
Telecom	16	0,01	1

Fuente: Autores 2015

8.11. Descripción de la estrategia de trabajo de campo

El trabajo de campo lo realizaron dos tesistas del programa de Administración de Empresas, quienes contaban con la formación académica y de campo para adelantar la investigación.

9. Resultados generales del estudio

Los resultados obtenidos se presentan con base a los dos grupos poblacionales definidos: el grupo de la población laboralmente activa y el grupo de estudiantes de grado once. A ambos grupos, se les aplicó una encuesta respectiva; por medio de las cuales dieron respuesta a los cuestionarios establecidos en la presente investigación.

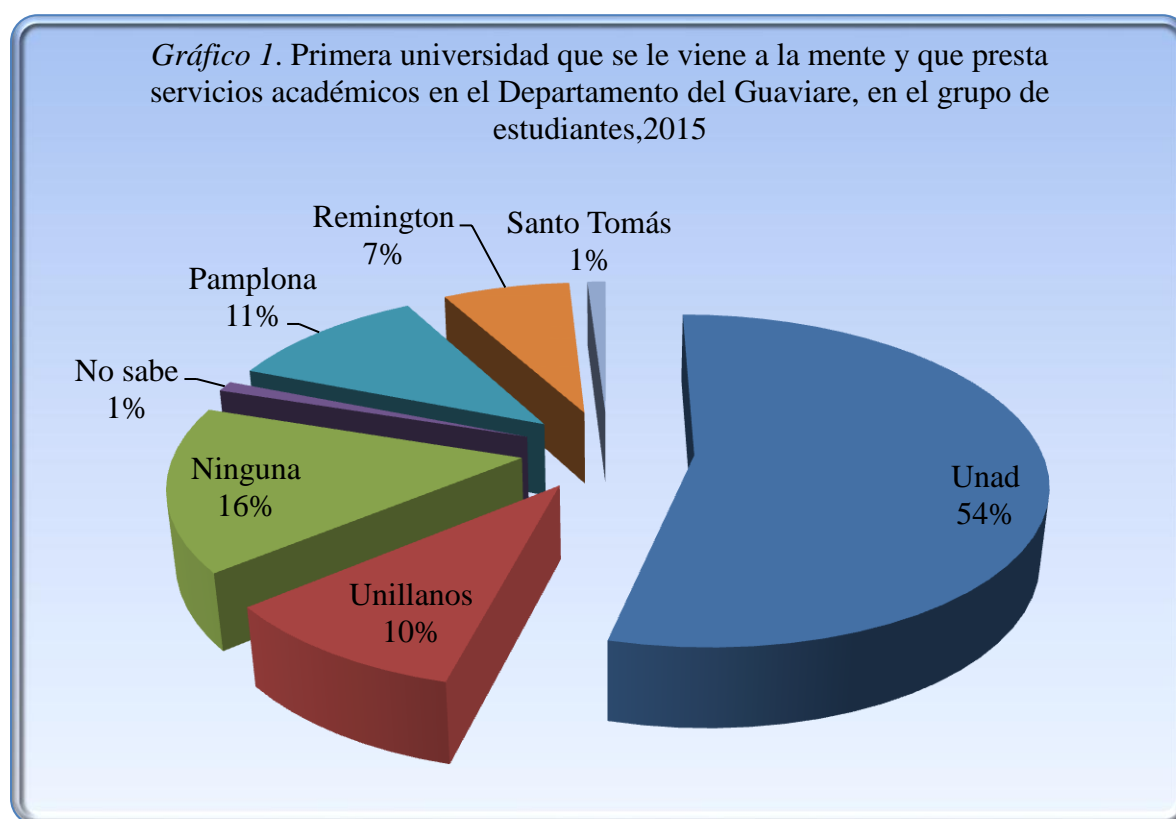
9.1 Resultado grupo estudiantes de grado once de las instituciones educativas del departamento del Guaviare.

La encuesta realizada para este grupo poblacional, incluyó 23 preguntas; de las cuales, seis de ellas, hicieron referencia variables socioeconómicas y el restante correspondió a la caracterización de la universidad. El total de encuestados para este grupo poblacional fue de 156 estudiantes; a continuación, se detallan las variables analizadas.

1. ¿Cuál es primera universidad que se le viene a la mente y que presta servicios académicos en el Departamento del Guaviare?

Para los jóvenes encuestados, la primera universidad que se le viene a la mente es la UNAD con un 54% (85 encuestas), seguida por 25 jóvenes que no reconocen a ninguna universidad en el departamento con el 16%. Otras instituciones mencionadas por los estudiantes son la Universidad de Pamplona 11% (17 encuestas), UNILLANOS 10% (15 encuestas),

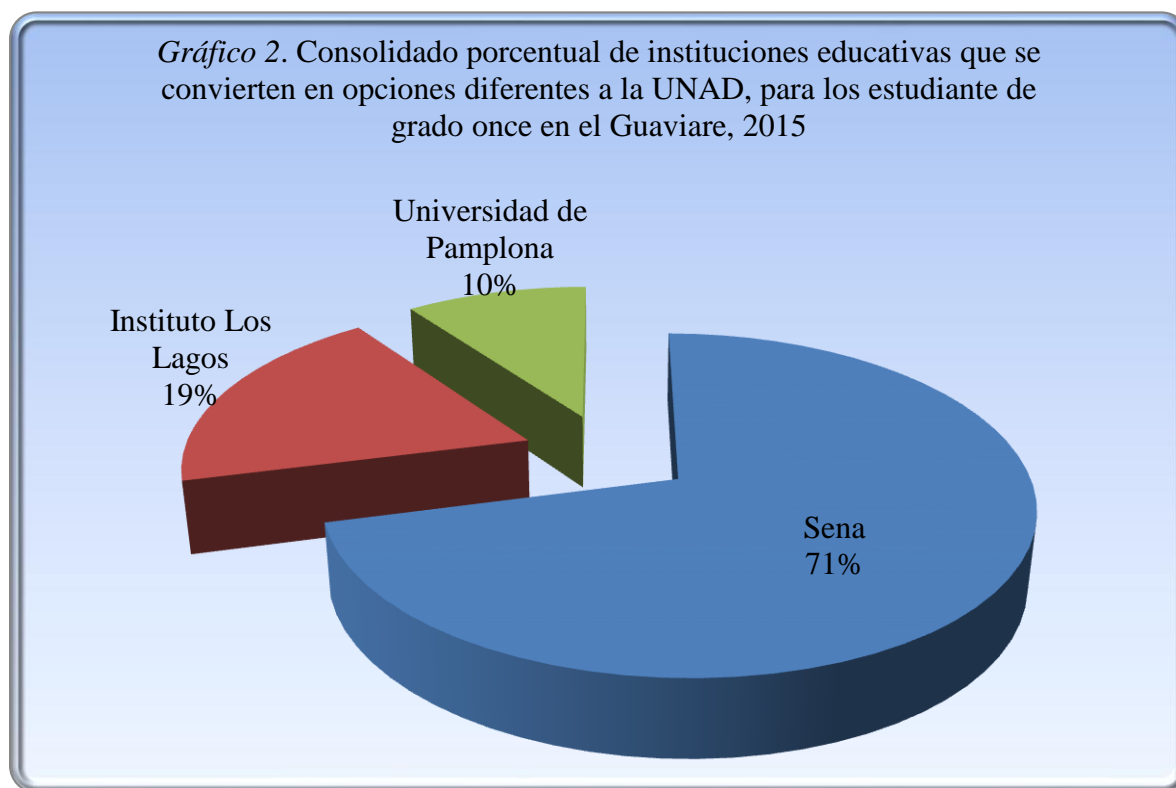
Remington 7% (11 encuestas) y con el 1% la Universidad Santo Tomás y No sabe (1 encuesta cada uno). Lo anterior nos indica que la UNAD, es la universidad con mayor recordación entre la población del Guaviare; aunque es de especial atención, que el segundo lugar lo ocupe la opción ninguna, lo cual indica que aún existe un segmento de población representativo de estudiantes que no poseen información sobre las instituciones educativas presentes en la región; al cual, es necesario llegar con el fin de avanzar en el reconocimiento de la UNAD. Grafico 1.



Fuente: Autores 2015

2. A parte de la universidad que me acaba de mencionar, ¿Qué otras universidades o institutos conoce usted en el Departamento del Guaviare?

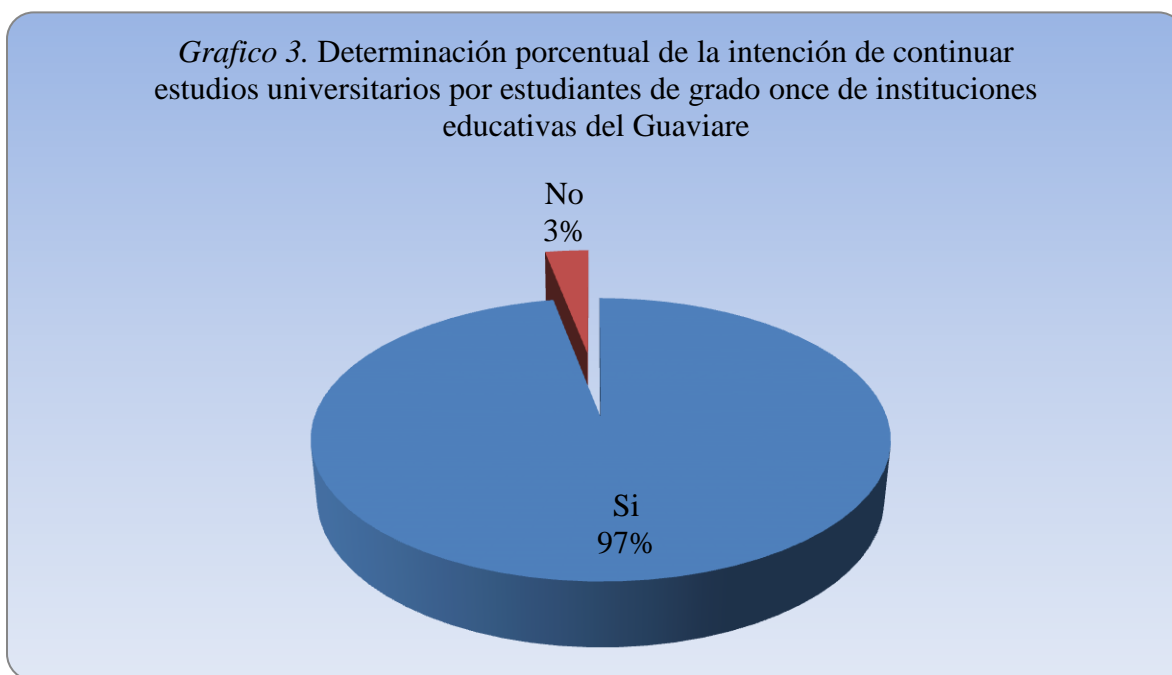
Con esta pregunta, se buscó conocer aquellas instituciones o universidades diferentes a la UNAD, que poseen recordación entre los estudiantes y que se convierten en opciones para su formación académica. De acuerdo con lo encontrado, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) con el 71%, ocupa el primer lugar; el cual, posee un amplio margen con respecto a las otras instituciones educativas, seguido del instituto Los Lagos (19%) y la Universidad de Pamplona (10%). Gráfico 2.



Fuente: Autores 2015

3. ¿Una vez terminados sus estudios de bachillerato tiene la intención de seguir estudiando?

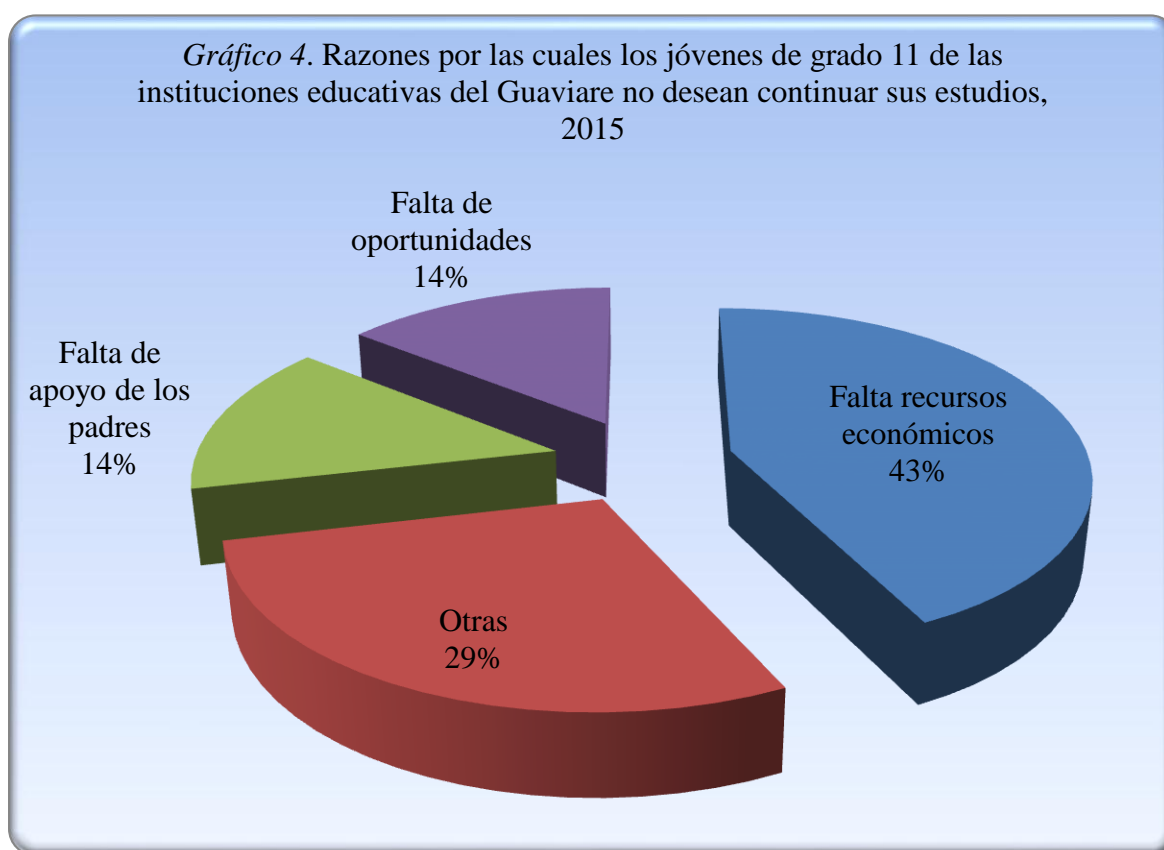
El 97% de los estudiantes encuestados, tiene la intención de continuar sus estudios académicos, y solamente el 3% no desean seguir estudiando; lo cual, nos muestra que existe una demanda de servicios de educación superior por parte de la población muestreada. Gráfico 3.



Fuente: Autores 2015

4. ¿Porque razón no tiene la intención de seguir estudiando?

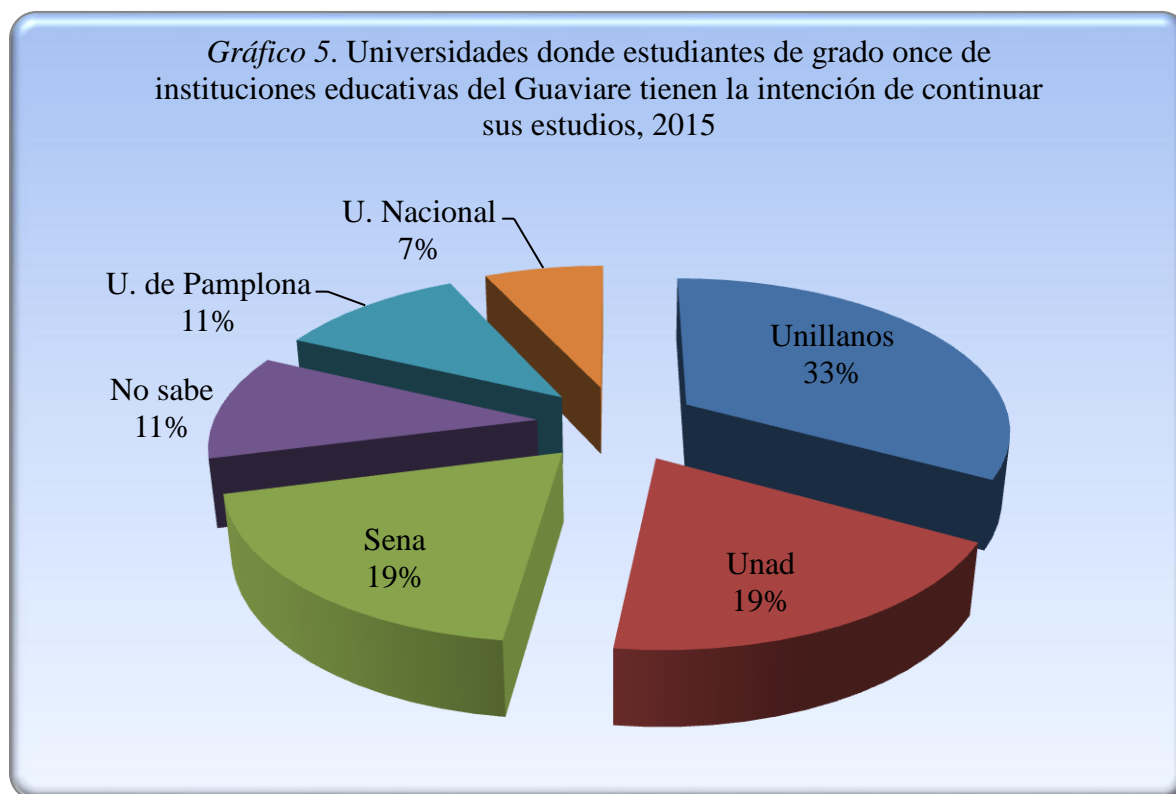
El porcentaje de población que manifestó no tener intención de continuar los estudiantes fue muy bajo; lo cual, se considera poco representativo para un adecuado análisis. Los motivos expuestos por el grupo encuestado que manifestó no poseer interés en seguir estudiando fueron: la falta de recursos económicos (43%), otras (29%: ingresar al INPEC o ser futbolista/policía), falta de apoyo de los padres y falta de oportunidades (14%, cada una), con n= 5. Grafico 4.



Fuente: Autores 2015

5. ¿De tener la intención de seguir estudiando en qué instituto o universidad piensa seguir su ciclo?

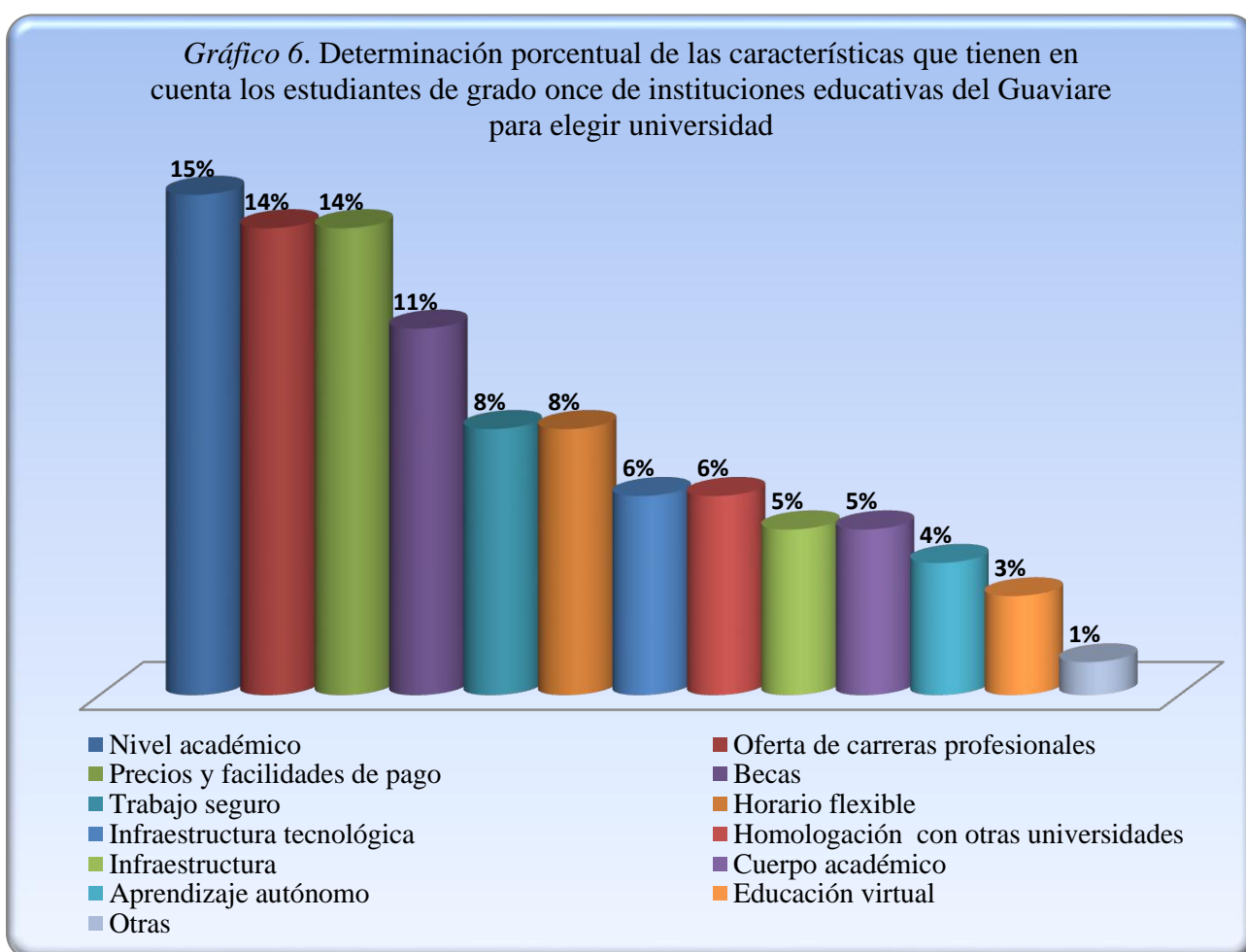
Los encuestados tienen una mayor preferencia por la Unillanos como institución para adelantar estudios superiores, con un 33% (38 encuestas); lo que nos indica, que la mayoría de los jóvenes consideran continuar sus estudios en otra ciudad (Villavicencio); sin embargo, también consideran como otras opciones representativas a la UNAD y el SENA con el 19% (22 encuestas), la Universidad de Pamplona y quienes aún no saben con el 11% (12 encuestas), y por último la Universidad Nacional con el 7% (8 encuestas). Gráfico 5.



Fuente: Autores 2015

6. ¿Qué características tendría en cuenta al elegir ese instituto o universidad?

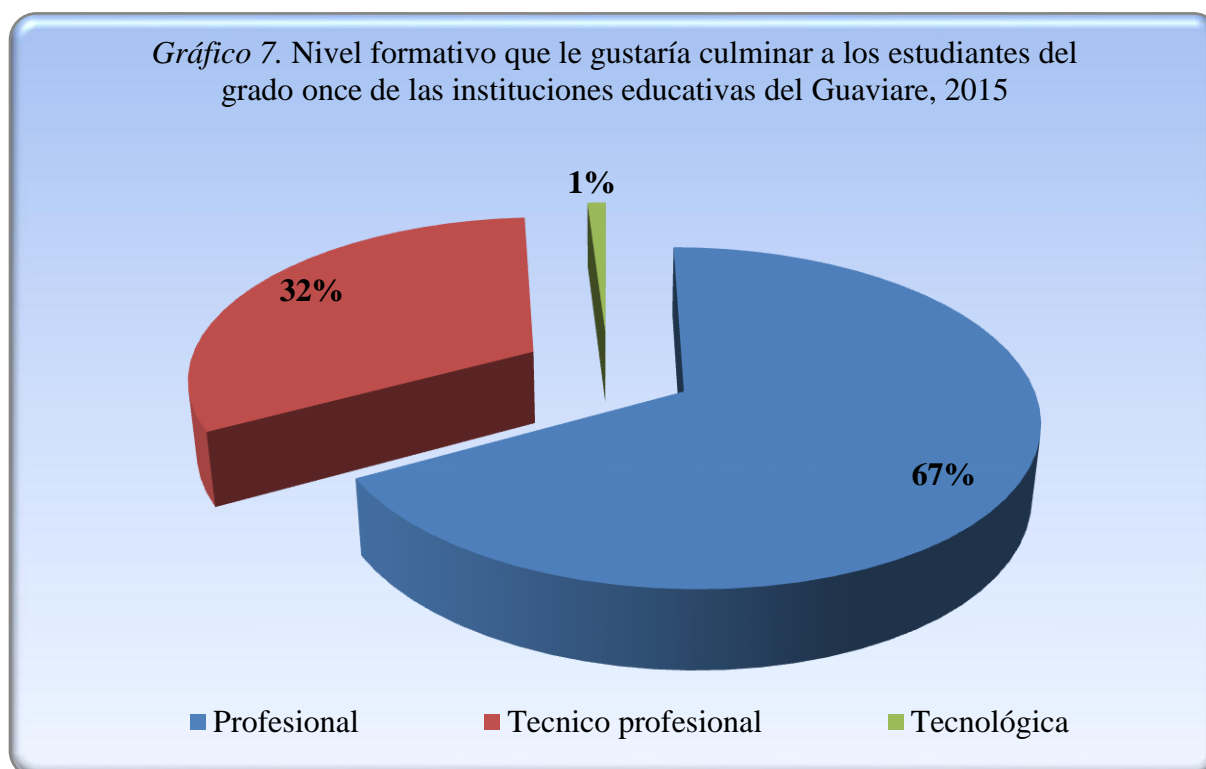
Dentro de las 13 opciones de respuesta a esta pregunta, las más destacadas por los estudiantes de grado 11 son el nivel académico con el 15%, oferta de carreras y precios y facilidades de pago con el 14%, y becas con el 11%, como características a tener en cuenta para elegir universidad o instituto y continuar con sus estudios. Las acciones de promoción de la UNAD, deben tener en cuenta estas variables para su estrategia de Marketing. Gráfico 6.



Fuente: Autores 2015

7. Qué nivel formativo le gustaría culminar en un futuro

En cuanto al nivel de formación que desean alcanzar los encuestados, se registra que 101 estudiantes (67%) aspiran a culminar con una carrera profesional universitaria, 49(32%) desean finalizar formación tecnológica profesional, y solo 1(1%) de los estudiantes tiene la intención de adelantar una carrera tecnológica. Grafico 7.

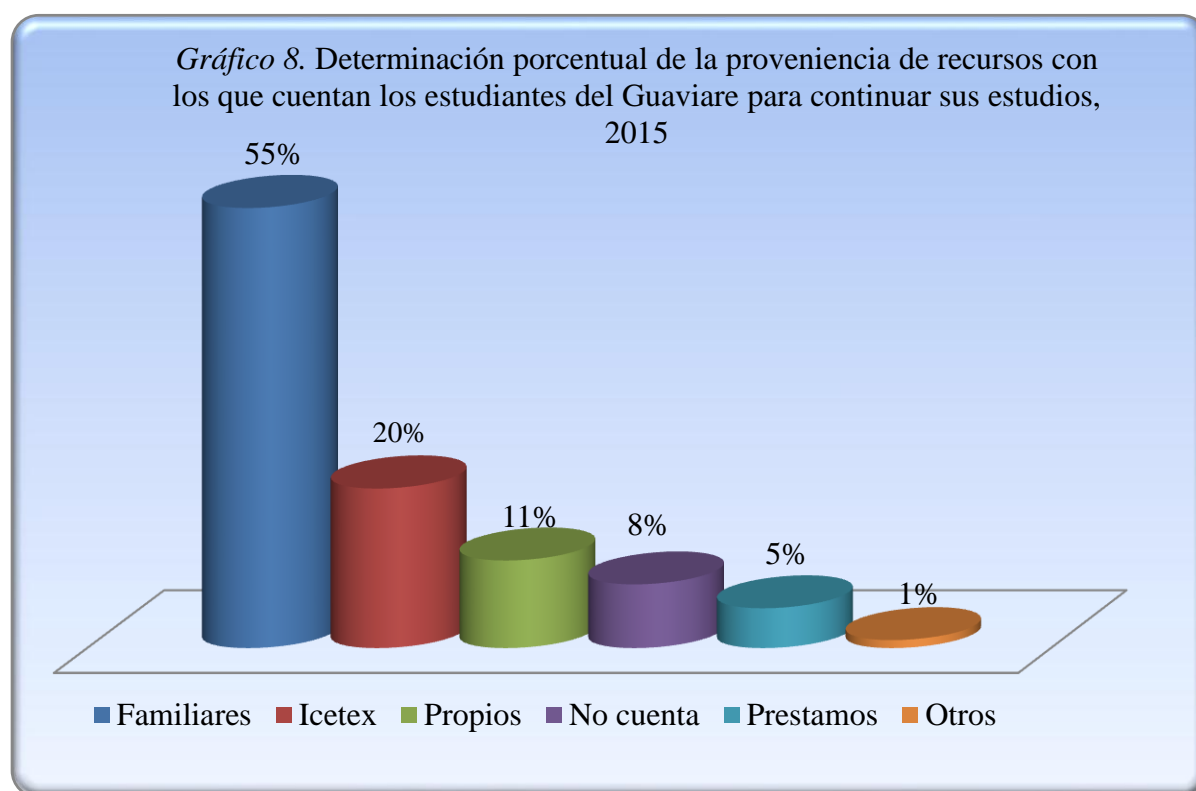


Fuente: Autores 2015

8. Los recursos para continuar sus estudios provienen de:

De acuerdo a la encuesta aplicada, los jóvenes de grado 11 cuentan con recursos provenientes de sus familiares con un 55%, de Icetex con un 20%, recursos propios con el 11%, un 8% que no cuenta con recursos, y un 5% que estaría interesado en la solicitud de préstamos.

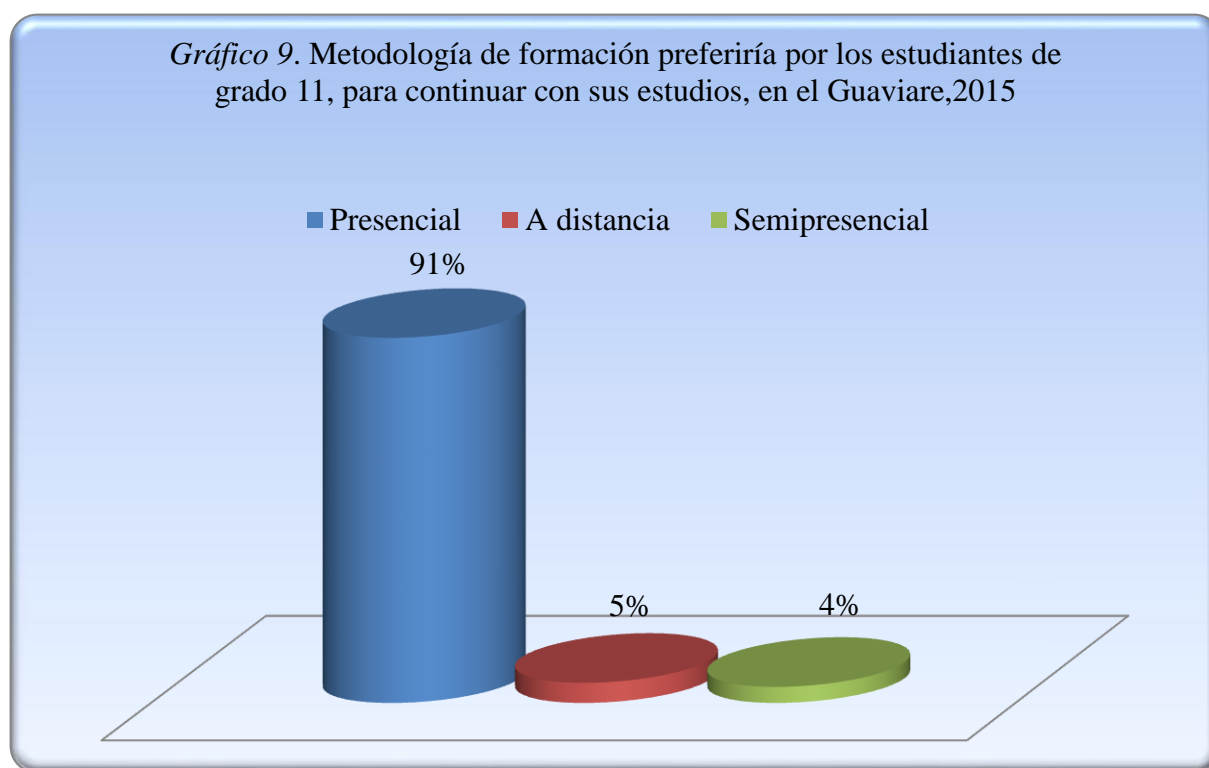
Gráfico 8.



Fuente: Autores 2015

9. ¿Qué metodología de formación preferiría para continuar con sus estudios?

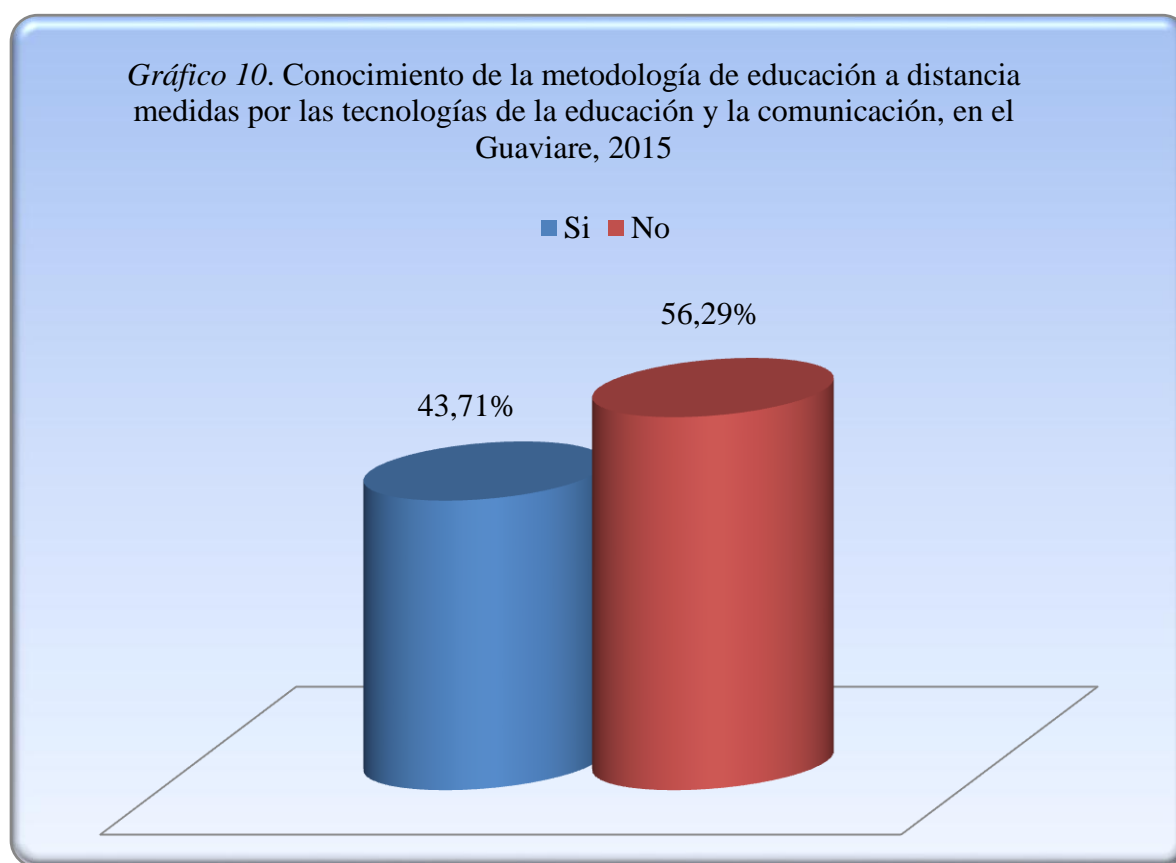
La metodología de formación preferida por los estudiantes es la presencial con el 91% de los encuestados, la opción semipresencial y a distancia está representada en un 4% y 5% respectivamente, mostrando muy baja preferencia para este grupo poblacional. Lo anterior coincide con lo manifestado en la pregunta 5, en la cual se mostraba a la Unillanos (universidad presencial con sede en Villavicencio) como la de mayor favorabilidad. Grafico 9.



Fuente: Autores 2015

10. ¿Conoce la metodología de educación a distancia medidas por las tecnologías de la educación y la comunicación?

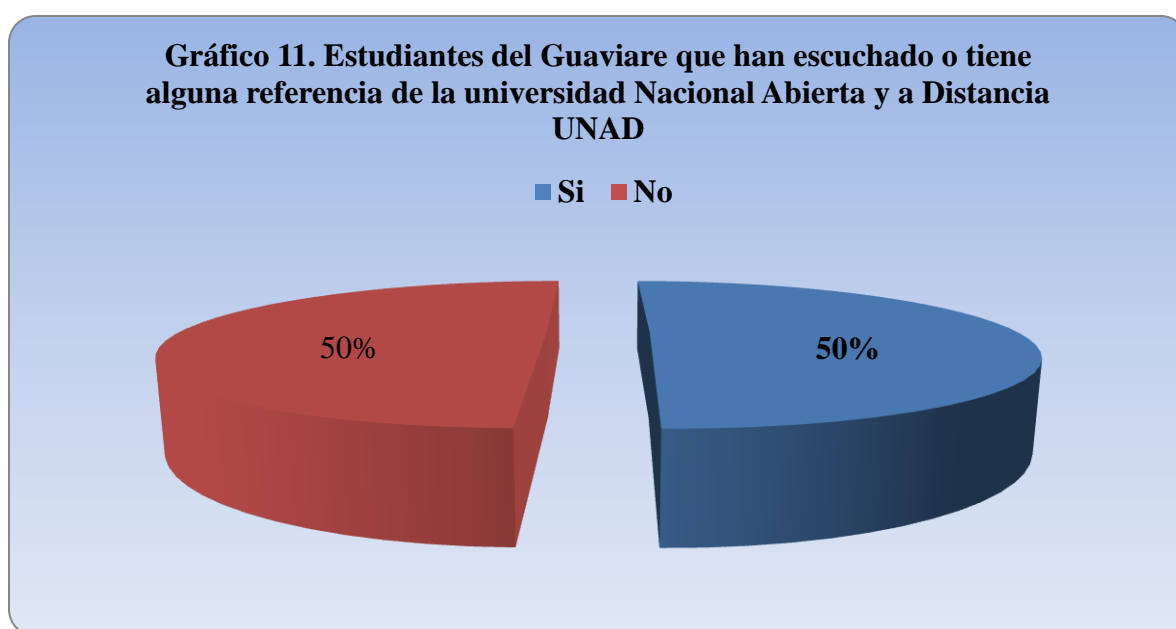
De los estudiantes encuestados 66 (43.71%) conocen la metodología de educación a distancia, y 85 (56.29%) de ellos no conocen esta metodología. Gráfico 10.



Fuente: Autores 2015

11. Ha escuchado o tiene alguna referencia de la universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD?

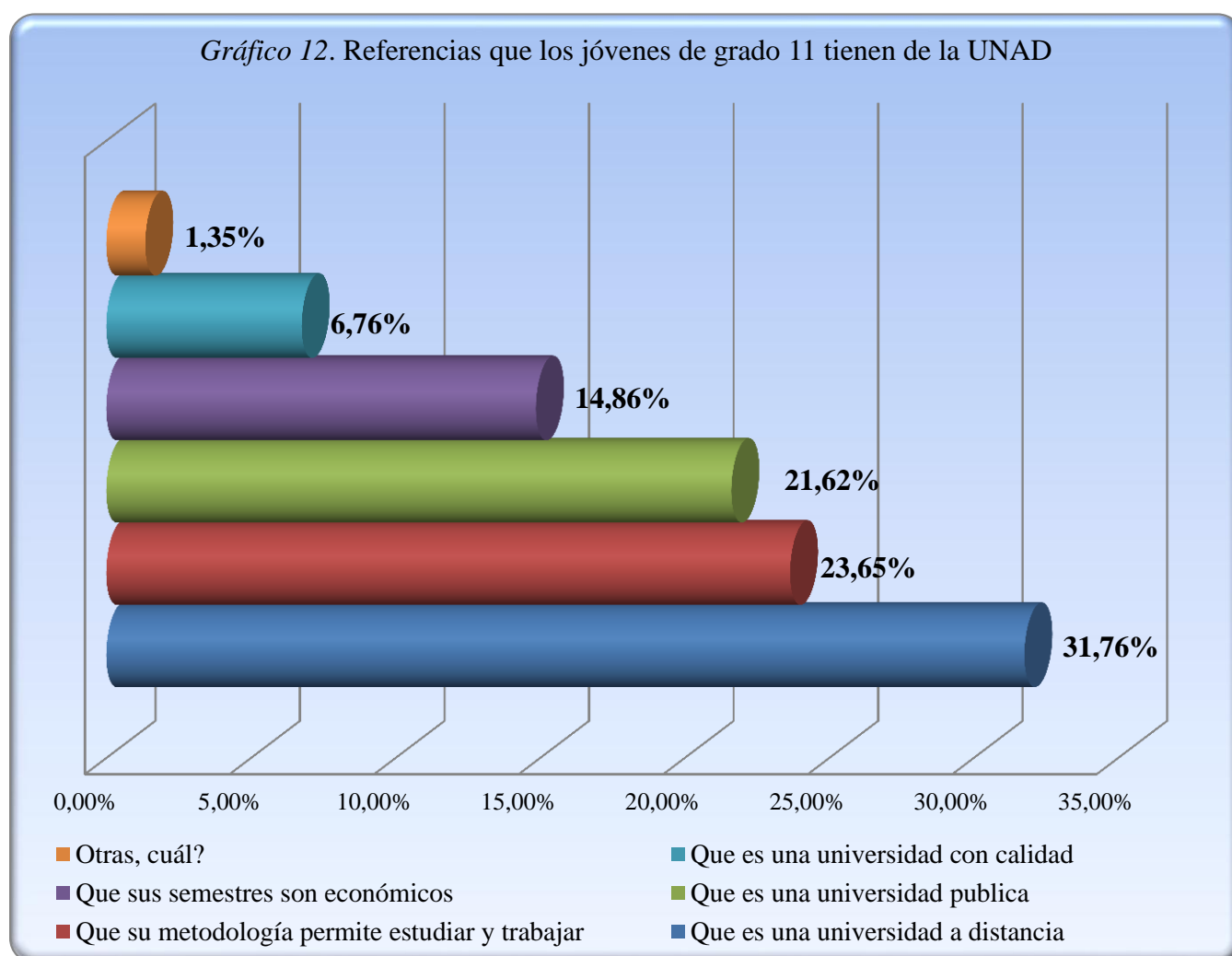
De los estudiantes encuestados, el 50.33% (76) dijeron que si tienen alguna referencia de la universidad, y el otro 49.67% (75) mencionan no tener ninguna referencia. Respuesta muy acorde y unida a la pregunta uno referente a la primera universidad que se le viene a la mente donde la UNAD está representada en un 54% de la población encuestada. Grafico 11.



Fuente: Autores 2015

12. Referencias que tiene de la UNAD

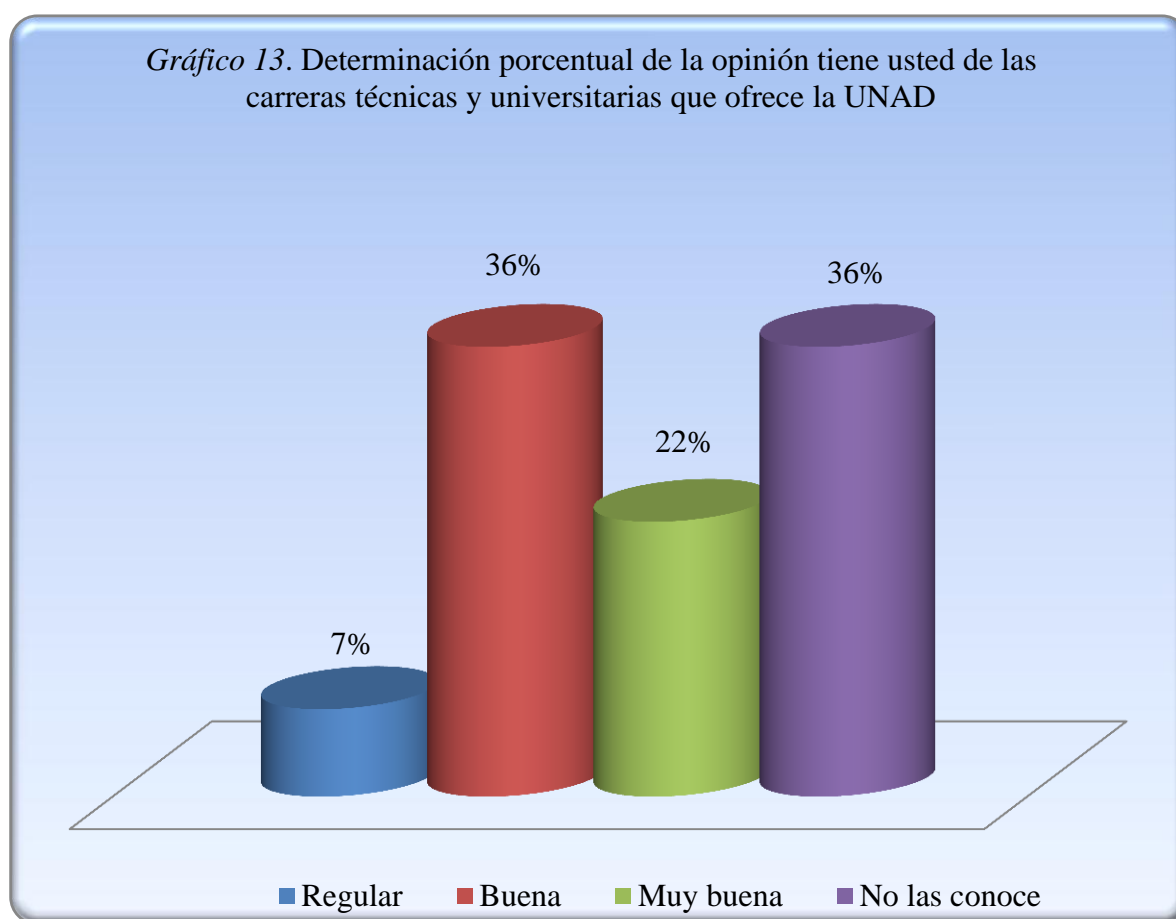
Los encuestados reconocen a la UNAD como una universidad a distancia con 47 (31.76%) de los encuestados, que su metodología permite trabajar y estudiar con 35 (23.65%), que es pública 32 (21.62%), que sus semestres son económicos 22 (14.86%), que es una universidad con calidad 10 (6.76%), y otras con 2 (1.35%) en las que se describe la facilidad de aprendizaje y todas las anteriores. Gráfico 12.



Fuente: Autores 2015

13. Qué opinión tiene usted de las carreras técnicas y universitarias que ofrece la UNAD

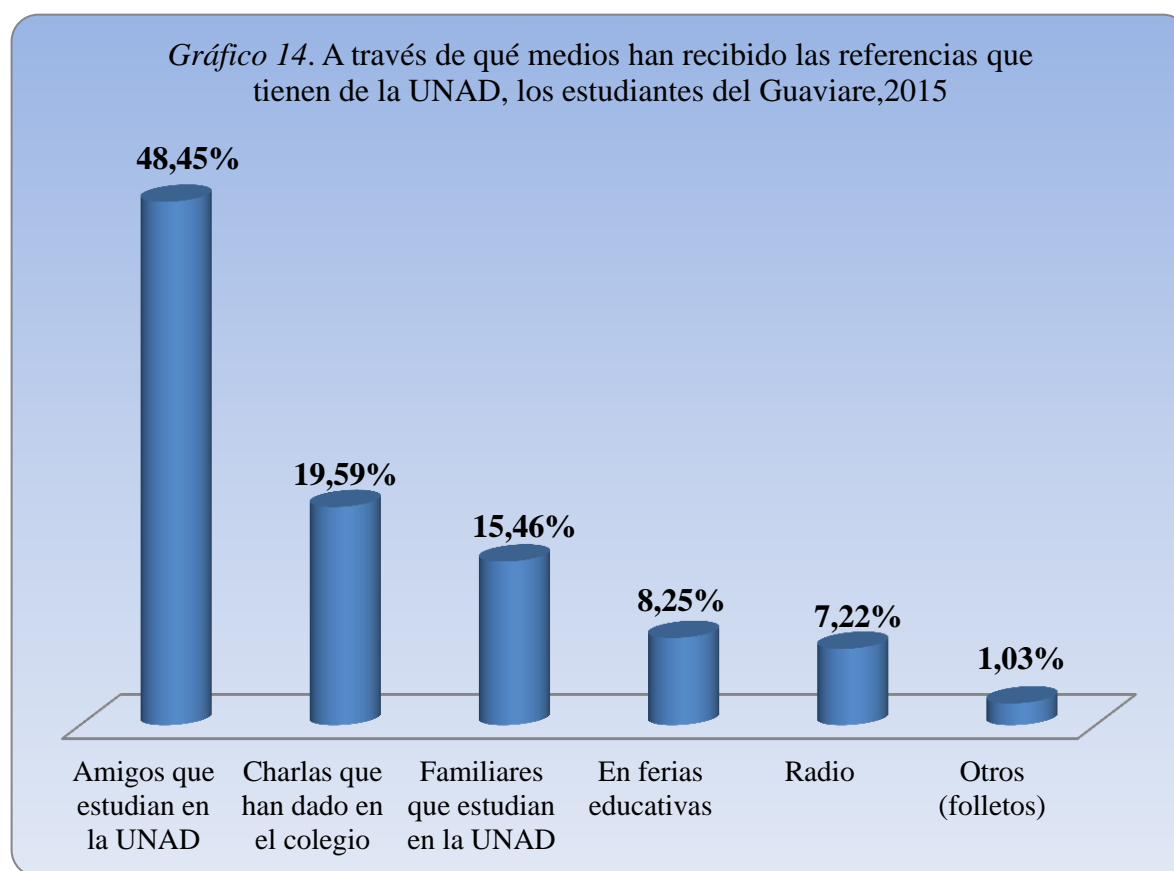
Del total de los encuestados 27 estudiantes opinan que las carreras ofrecidas por la UNAD son buenas, teniendo el mismo número de estudiantes para la opción no las conoce con el 36%. 17 jóvenes consideran que es muy buena (22%) y a 5 les parecen regulares (7%). Gráfico 13.



Fuente: Autores 2015

14. A través de qué medios ha recibido las referencias que tiene de la UNAD.

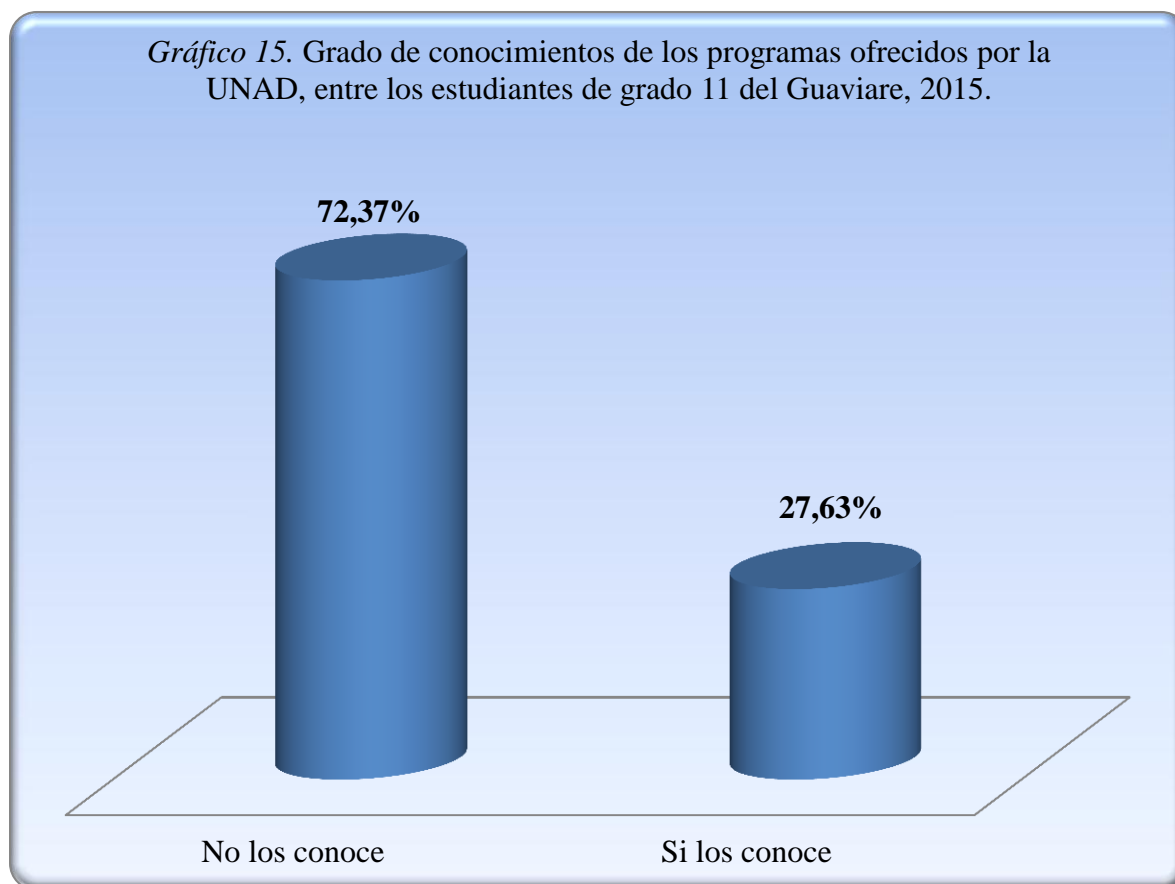
De los encuestados que dicen tener referencia de la UNAD, el 48,45% con 47 estudiantes señalan a amigos que estudian en la universidad como el principal medio de referencia de la UNAD, las charlas en los colegios con el 19,59%, por familiares el 15,46%, ferias educativas el 8,25%, la radio con el 7,22%, muestran además los folletos con el 1,03%. Gráfico 14.



Fuente: Autores 2015

15. Conoce los programas que ofrece la UNAD.

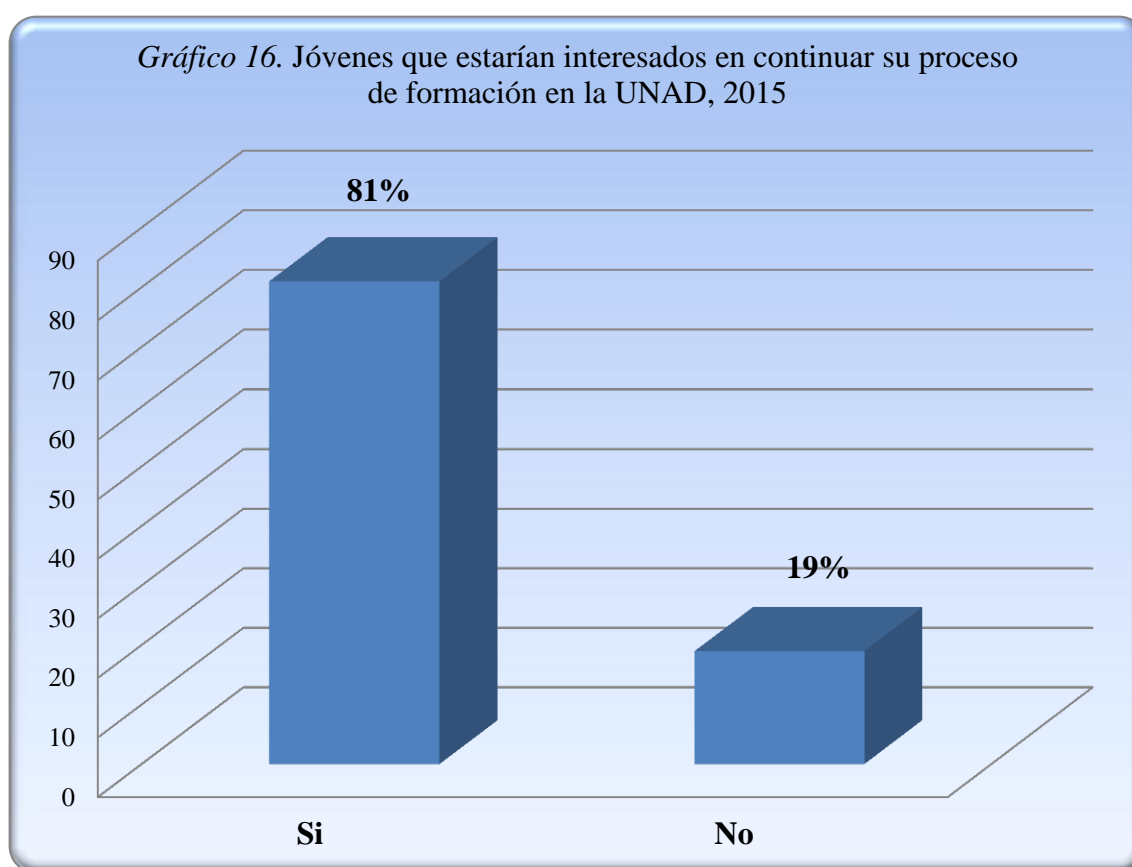
El 72,37% de los estudiantes encuestados (n=76), señalan no conocer los programas ofrecidos por la UNAD, mientras el 27,63% de ellos dicen si conocerlos. Gráfico 15.



Fuente: Autores 2015

16. En caso afirmativo estaría usted interesado en continuar su proceso de formación en la UNAD.

De los estudiantes encuestados que conocen los programas que ofrece la UNAD, el 81% (17 estudiantes) dicen estar interesados en continuar su proceso de formación en la UNAD, mientras que el 19% (4 estudiantes) dijeron que no, Gráfico 16.



Fuente: Autores 2015

17. De los siguientes programas cual le interesaría

Por escuelas se observa la preferencia de los estudiantes, para el caso de la Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios el programa de Administración de empresas es el más destacado con 54(46,55%); en la Escuela de ciencias agrarias, pecuarias y del medio ambiente el programa de ingeniería Ambiental con 52(48,15%); la Escuela de ciencias básicas, tecnología e ingeniería con el programa de ingeniería de sistemas con 31(30,69%); en la Escuela de ciencias sociales, artes y humanidades el programa de Psicología muestra el interés de los estudiantes con 43 (53,75%); y la Escuela de ciencias de la educación el programa de Licenciatura en inglés como lengua extranjera con 21(42%).Tabla 7; mientras que en el gráfico 17, se muestran los diez principales programas de mayor preferencia para este grupo poblacional.

Los estudiantes también hacen ver su inclinación por las carreras de Medicina, enfermería, derecho, ingeniería civil, y veterinaria y zootecnia, entre otras como otras carreras profesionales de interés para ellos. Tabla 8.

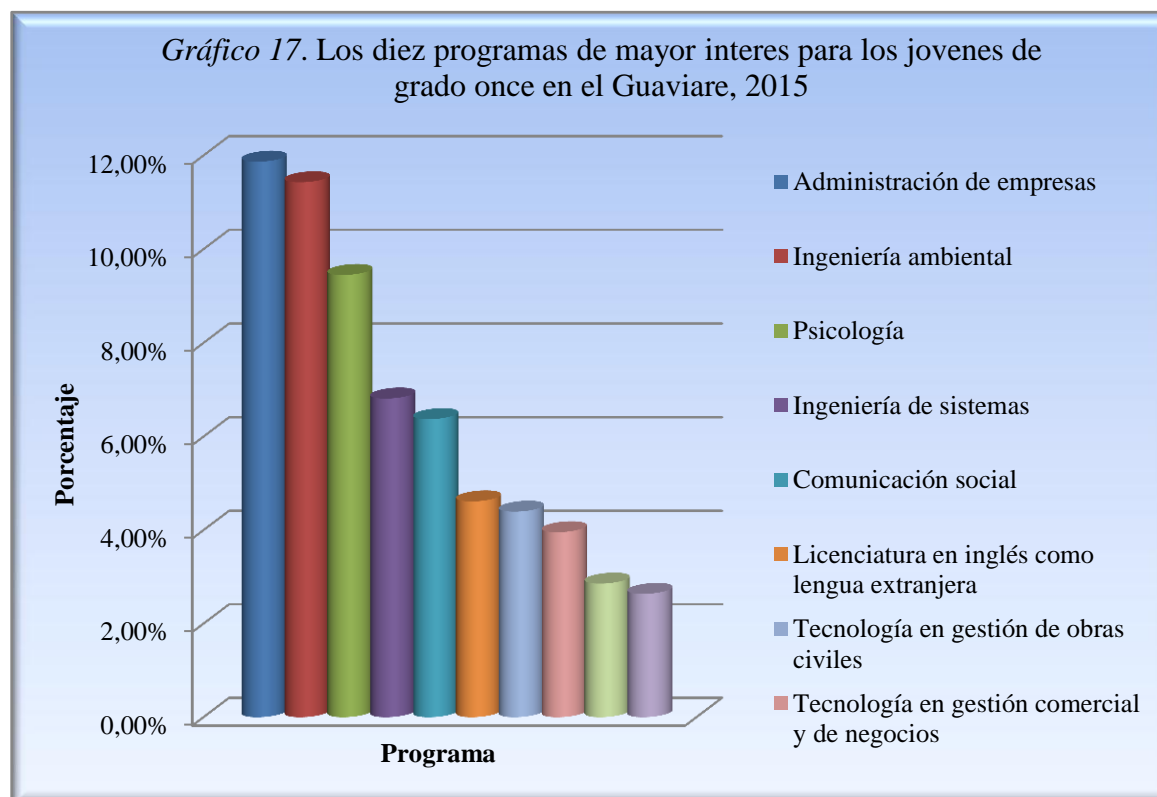
Tabla 7.

Programas de formación superior que son de mayor interés para los jóvenes de grado once en el Guaviare.

Carrera	Valor	Porcentaje
<i>Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios.</i>		
Administración de empresas	54	46,55%
Tecnología en gestión de obras civiles	20	17,24%
Tecnología en gestión comercial y de negocios	18	15,52%
Tecnología en gestión agropecuaria	11	9,48%
Tecnología en gestión industrial	7	6,03%
Tecnología en gestión de empresas asociativas	4	3,45%
Tecnología en gestión de transporte	2	1,72%
<i>Escuela de ciencias agrarias, pecuarias y del medio ambiente</i>		
Ingeniería ambiental	52	48,15%

Ingeniería agroforestal	12	11,11%
Tecnología en producción animal	10	9,26%
Tecnología en gestión de empresas ganaderas	8	7,41%
Tecnología en producción agrícola	6	5,56%
Agronomía	5	4,63%
Tecnología profesional en producción bovina	5	4,63%
Tecnología agroforestal	4	3,70%
Tecnología en saneamiento ambiental	4	3,70%
Tecnología profesional en producción en palma de aceite	1	0,93%
Tecnología en gestión de plantaciones de palma de aceite	1	0,93%
<i>Escuela de ciencias básicas, tecnología e ingeniería</i>		
Ingeniería de sistemas	31	30,69%
Ingeniería electrónica	12	11,88%
Ingeniería de alimentos	10	9,90%
Ingeniería de telecomunicaciones	10	9,90%
Tecnología industrial	10	9,90%
Tecnología en regencia de farmacia	7	6,93%
Tecnología en audio	7	6,93%
Química	7	6,93%
Tecnología electrónica	5	4,95%
Tecnología de alimentos	2	1,98%
<i>Escuela de ciencias sociales, artes y humanidades</i>		
Psicología	43	53,75%
Comunicación social	29	36,25%
Filosofía	8	10,00%
<i>Escuela de ciencias de la educación</i>		
Licenciatura en inglés como lengua extranjera	21	42,00%
Licenciatura en filosofía	13	26,00%
Licenciatura en etnoeducación	10	20,00%
Licenciatura en matemáticas	6	12,00%

Fuente: Autores 2015



Fuente: Autores 2015

Tabla 8.

Otras preferencias de los jóvenes en cuanto a programas de formación superior

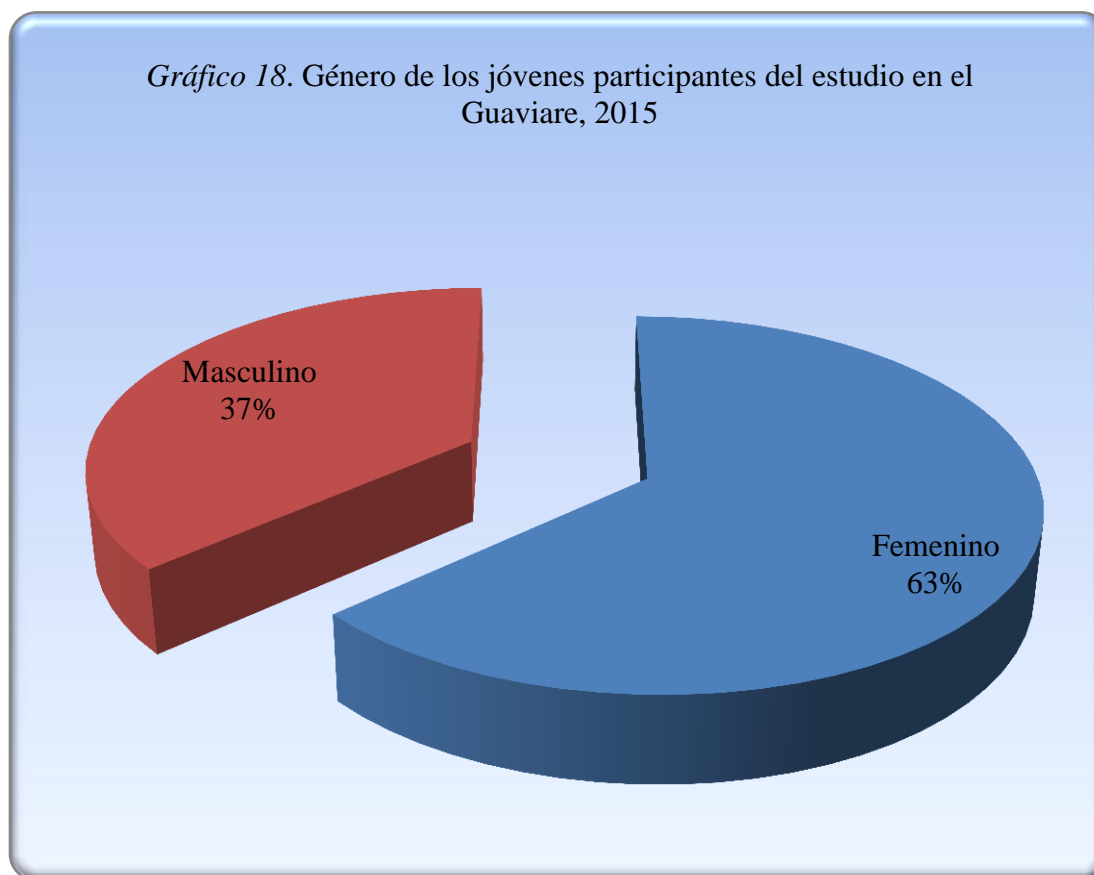
Carrera	Valor	Porcentaje
Medicina	12	17,91%
Enfermería	11	16,42%
Derecho	7	10,45%
Ingeniería Civil	6	8,96%
Medicina Veterinaria y Zootecnia	3	4,48%
Contaduría Pública	2	2,99%
Idiomas	2	2,99%
Policía Nacional	2	2,99%
Arquitectura	1	1,49%
Auxiliar de vuelo	1	1,49%

Bacteriología	1	1,49%
Baile nivel profesional y teatro	1	1,49%
Ciencias Forenses	1	1,49%
Ciencias Sociales	1	1,49%
Criminalística	1	1,49%
Diseño de Modas	1	1,49%
Diseño Gráfico	1	1,49%
Fotografía	1	1,49%
Geología	1	1,49%
Ingeniería de Maquinaria Pesada	1	1,49%
Ingeniería Eléctrica	1	1,49%
Ingresar al INPEC	1	1,49%
Licenciatura en Pedagogía Infantil	1	1,49%
Literatura y Letras	1	1,49%
Maquinaria Pesada Amarilla	1	1,49%
Mecánica Automotriz	1	1,49%
Mecatrónica	1	1,49%
Medicina Forense	1	1,49%
Música	1	1,49%
Salud Nutricional	1	1,49%

Fuente: Autores 2015

18. Género

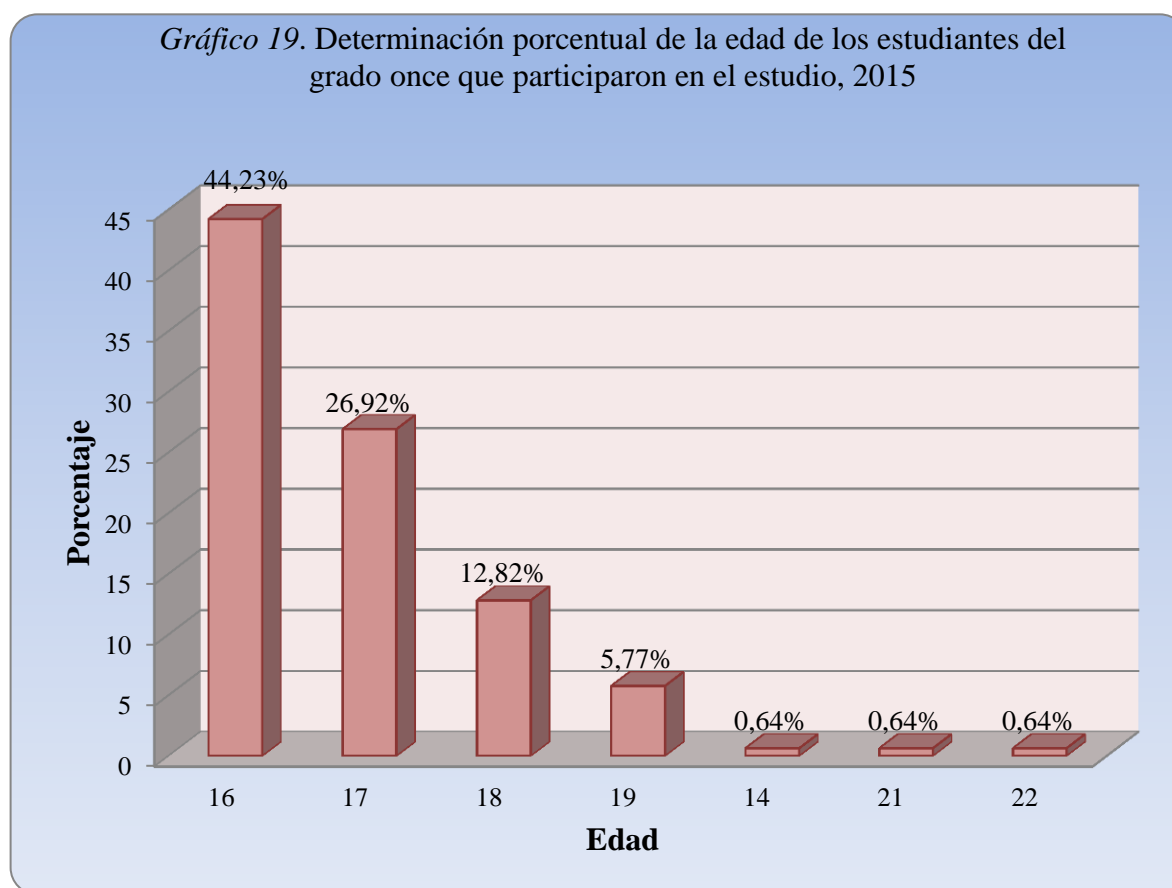
En cuanto a esta variable, se encontró que el mayor porcentaje de la población encuestada, pertenece al sexo femenino, 99 personas (63%), mientras que 57 de ellas (37%) correspondieron al sexo masculino; lo anterior, permitió conocer las posiciones de hombres y mujeres sobre las diferentes temáticas analizadas. Gráfico 18.



Fuente: Autores 2015

19. Edad (años)

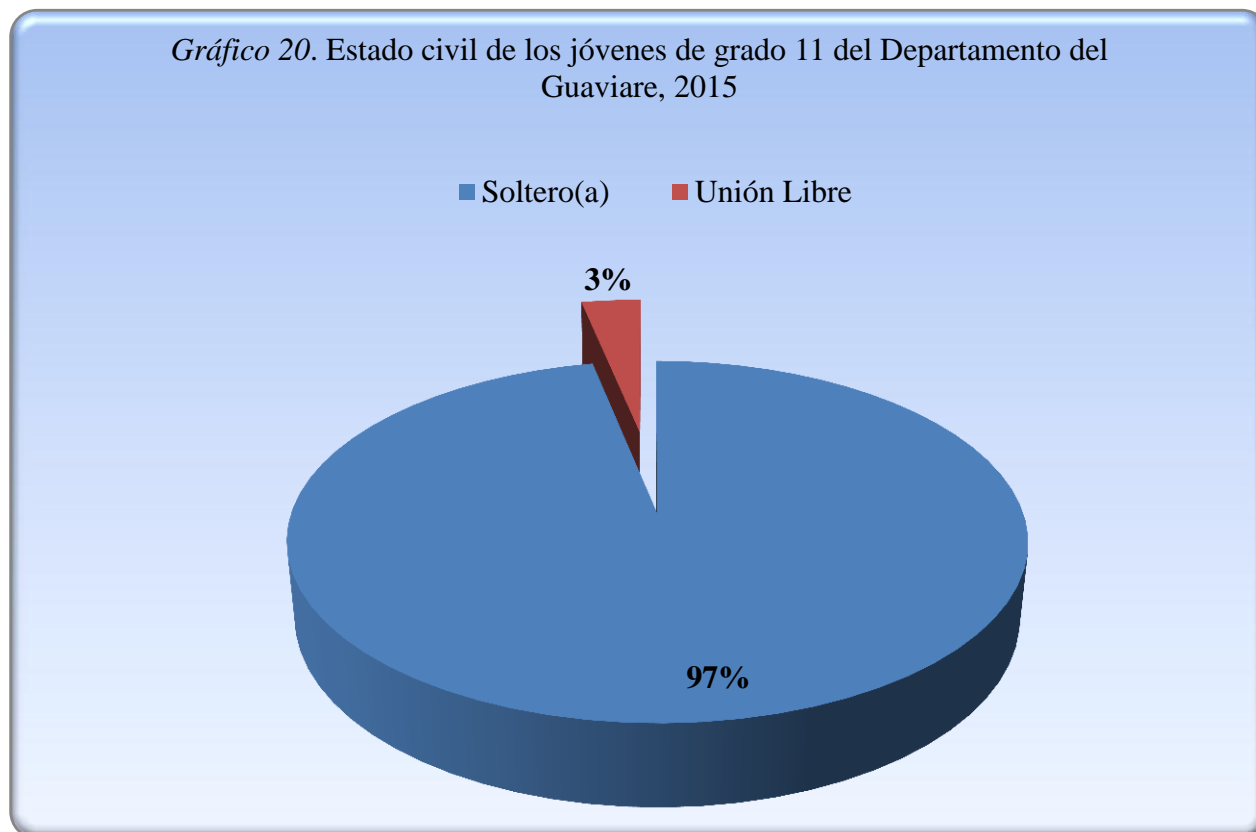
Las edades de los estudiantes encuestados tuvieron un rango entre 16 y 22 años, encontrando que la mayor proporción de individuos se registró en la edad de 16 años, con 69 individuos(44,23%), seguido de 17 años, con 42(26,92%), 18 años, con 20 (12,82%); la edad de 15 años, presentó 13 personas(8,33%), 19 años con 9 personas(5,77%) y las edades de 14,21 y 22 años con 1 caso cada una(0,64%). Gráfico 19.



Fuente: Autores 2015

20. Estado civil

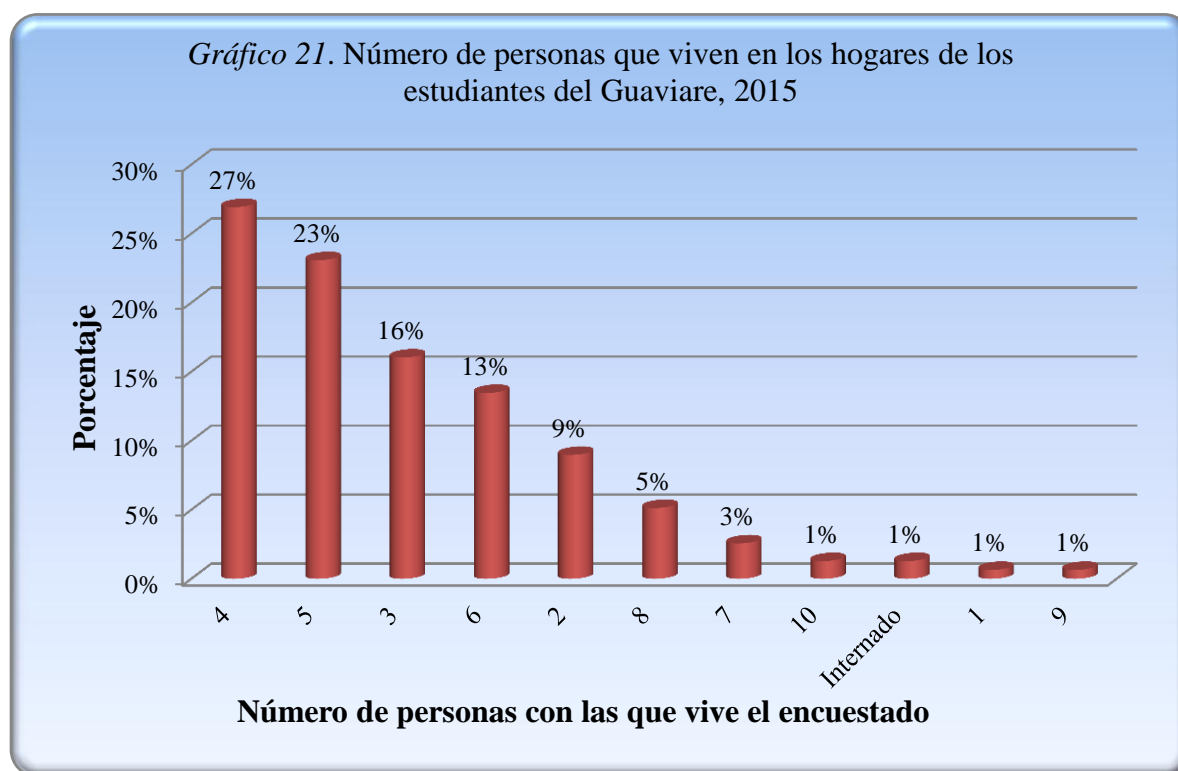
En cuanto a esta variable, una mayoritaria proporción de individuos correspondió al estado civil soltero con 151 (97%) y Unión libre con 5 (3 %). Gráfico 20.



Fuente: Autores 2015

21. Número de personas con las que vive en el hogar

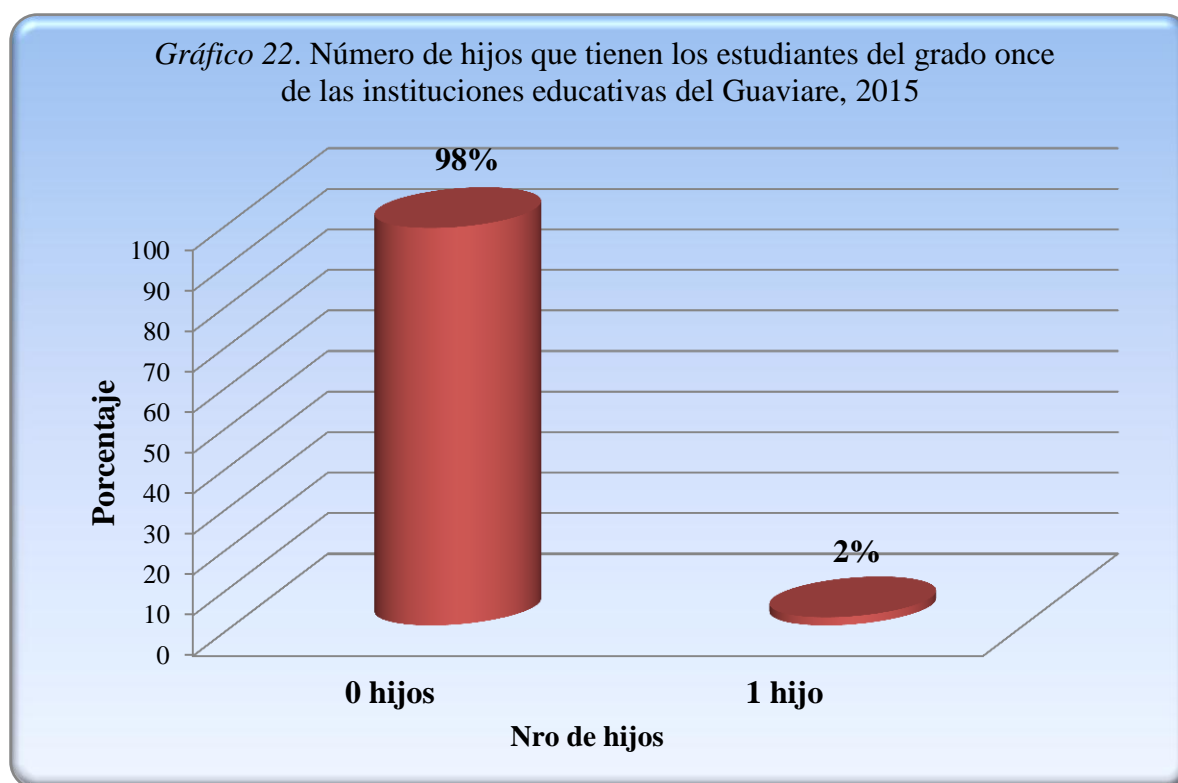
Con esta variable se buscó determinar el tamaño del núcleo familiar del cual provienen los encuestados, encontrando que el que posee mayor representatividad es el de cuatro miembros (27%), seguido de cinco integrantes (23%); tres con 16 %, seis con 13,%; como los más representativos, con un n= 156. Es necesario precisar que la categoría denominada internado, hace referencia a aquellos estudiantes que viven internos en las instituciones educativas y en las cuales conviven más de 10 personas. Gráfico 21.



. Fuente: Autores 2015

22. Número de hijos

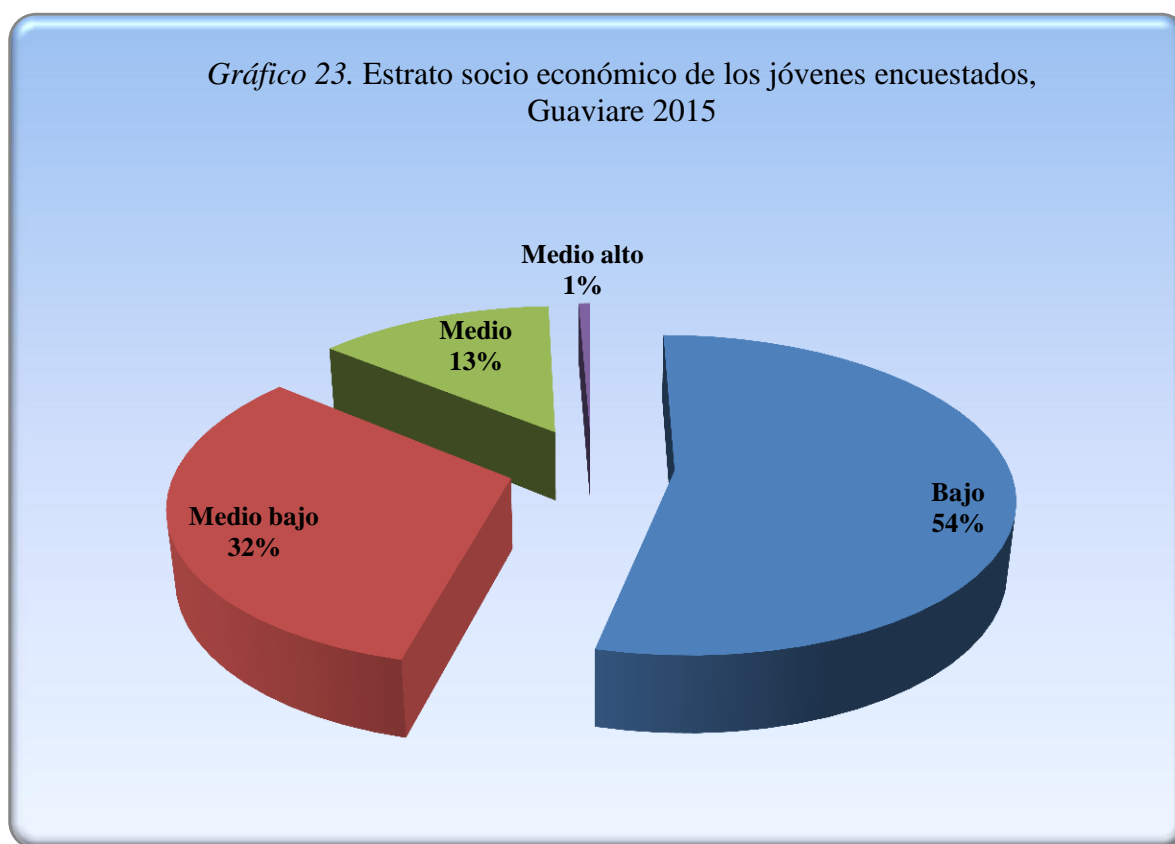
En cuanto a esta variable para el grupo poblacional encuestado, predominan los individuos con sin hijos, con 153 estudiantes (98%) y 3 con un hijo (2%). Gráfico 22.



Fuente: Autores 2015

23. Estrato socio económico

Estrato socio económico: El estrato bajo fue el predominante, con 84 individuos encuestados, que correspondieron al 54%, seguido del medio bajo con 50 (32%), Medio con 21(13%) y por último 1 individuo perteneció al estrato medio alto (1%). Gráfico 23.



Fuente: Autores 2015

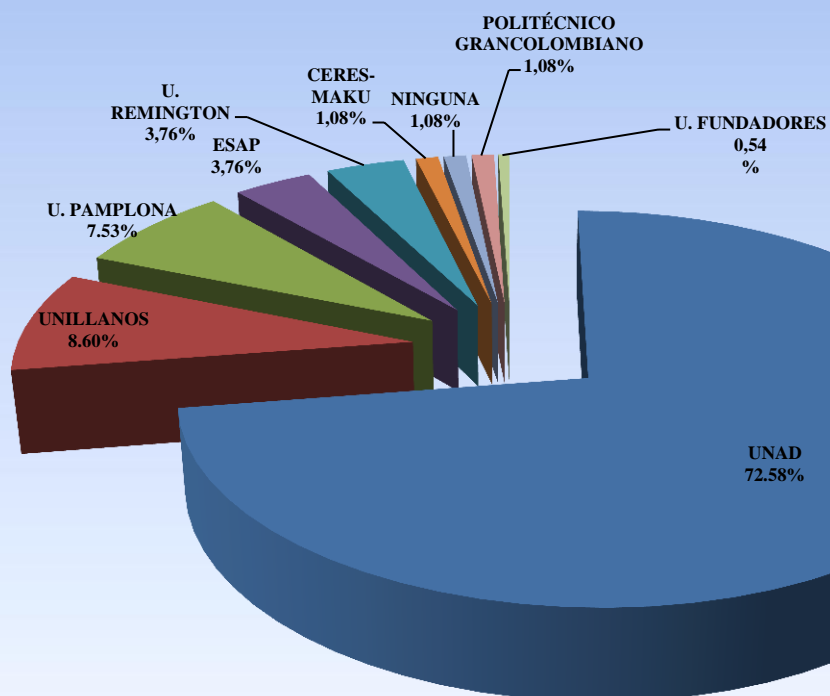
9.2. Resultados población laboralmente activa

En la encuesta realizada a este grupo poblacional, se tomaron 20 preguntas y se encuestaron 186 personas de diferentes empresas del departamento del Guaviare, tanto públicas como privadas. Se obtienen los siguientes resultados para cada una de las variables analizadas:

1. ¿Cuál es primera universidad que se le viene a la mente y que presta servicios académicos en el Departamento del Guaviare?

De las 186 personas encuestadas, 135(72,58%) dijeron la UNAD, mientras que el 8,60%(16) manifestó que la Unillanos; un 7,53% (14) dice que la Universidad de Pamplona, el 3,76% corresponden a la Remington y ESAP; el 1,08% se distribuye entre las opciones Politécnico Gran Colombiano, ninguna y CERES-MAKÚ y por ultimo con un 0.54%(1) dicen que la Universidad Fundadores. (Gráfico 24). Lo anterior nos muestra que en este segmento poblacional, al igual que el grupo de jóvenes, la UNAD, se convierte en la institución educativa de mayor recordación.

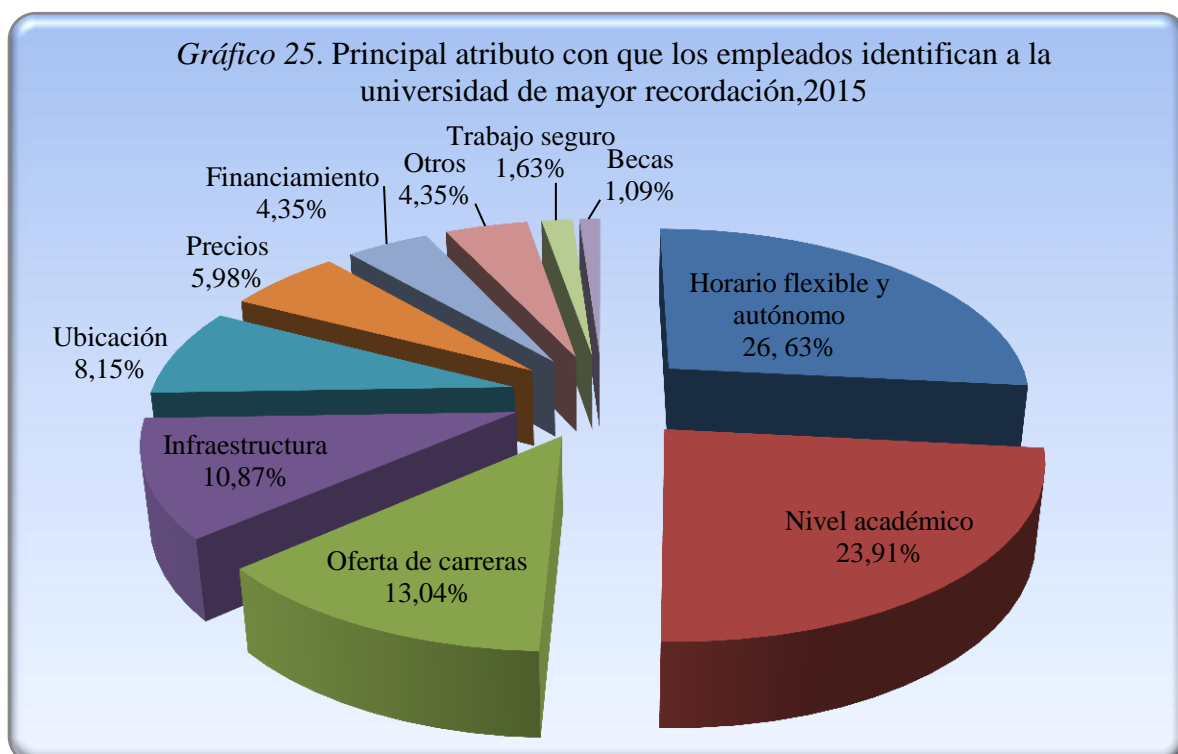
Gráfico 24. Universidad de mayor recordación en la población laboralmente activa en el Departamento del Guaviare, 2015



Fuente: Autores 2015

2. De la universidad que usted más reconoce, señale el principal atributo con que identifica a la universidad mencionada.

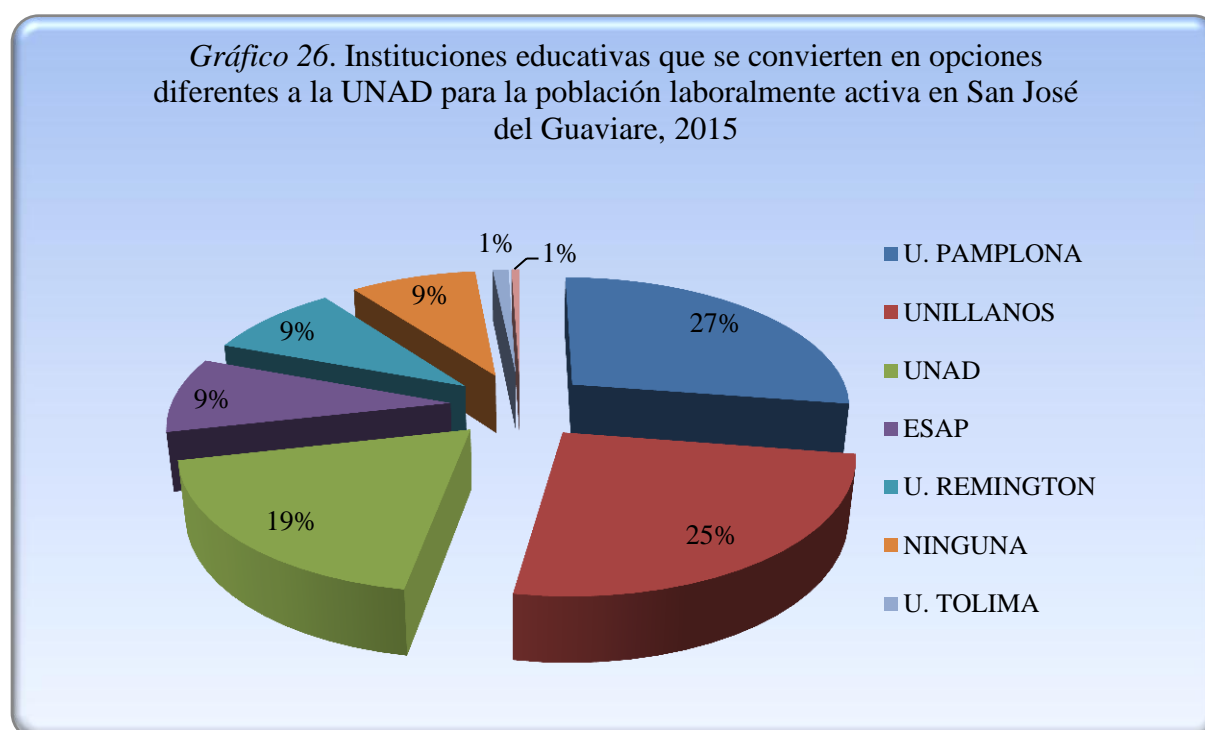
49 de los encuestados manifiestan que el principal atributo con que identifica a la universidad mencionada son el horario flexible y autónomo, que corresponde al 26.34%, seguido por 45 personas que dicen que por el nivel académico y corresponde al 24.2%, 23 encuestados dicen que por oferta de carreras y corresponde al 12.36%, otras 20 personas se deciden por infraestructura correspondiendo a un 10.75%; mientras que el restante 18.69%, argumentan que otros atributos (ubicación, precios, financiamiento, becas, trabajo seguro, recomendación, reconocimiento y por el aspecto virtual), gráfico 25.



Fuente: Autores 2015

3. A parte de la universidad que me acaba de mencionar, ¿Qué otras universidades conoce usted en el Departamento del Guaviare?

51 encuestados (27%), ven como opciones educativas diferentes de la UNAD, a la Universidad de Pamplona (Unipamplona), (25%) dicen que la Unillanos, 19% manifiestan que la UNAD, 9% prefieren a la ESAP, Remington y ninguna; 1% a la Universidad del Tolima y finalmente el otro 1%, desea al Politécnico Gran Colombiano (gráfico 26). Lo anterior nos muestra aquellas instituciones educativas que se convierten en competencia para la UNAD en cuanto a la oferta educativa en el Departamento y frente a lo cual se deben analizar las ventajas comparativas de la UNAD para un plan de mercadeo apropiado.

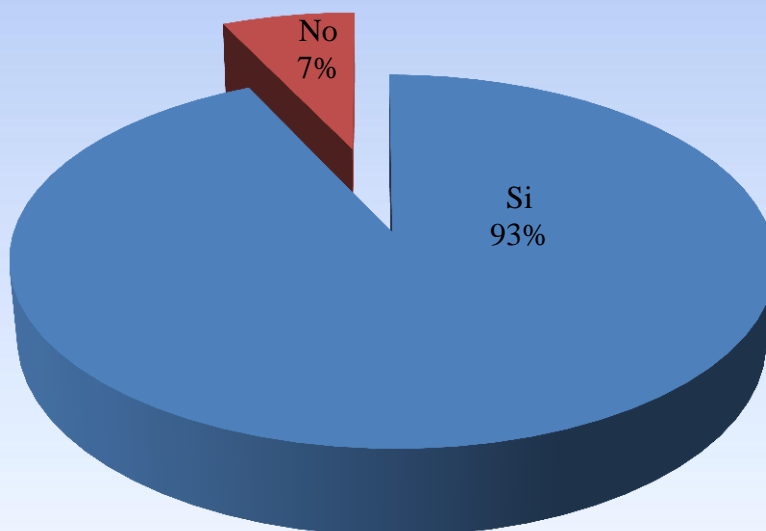


Fuente: Autores 2015

4. ¿Usted ha escuchado hablar de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)?

De las 186 personas encuestadas, 173 (93%), manifiestan haber escuchado hablar de la UNAD, mientras que 13 (7%) dicen que no han escuchado hablar de esta institución; lo anterior nos indica, que la universidad es identificable por la inmensa mayoría de miembros de este grupo poblacional. (Gráfico 27).

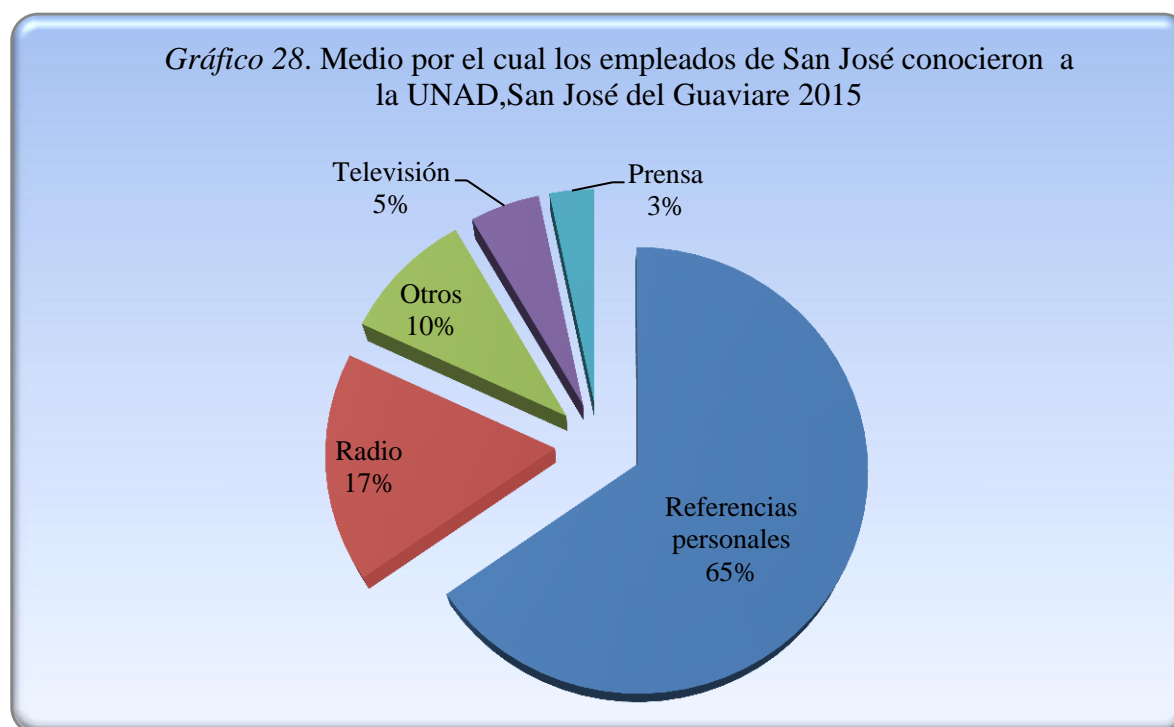
Gráfico 27. Población laboralmente activa que ha escuchado hablar de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), Guaviare 2015



Fuente: Autores 2015

5. ¿Por cuál medio de comunicación conoció a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)?

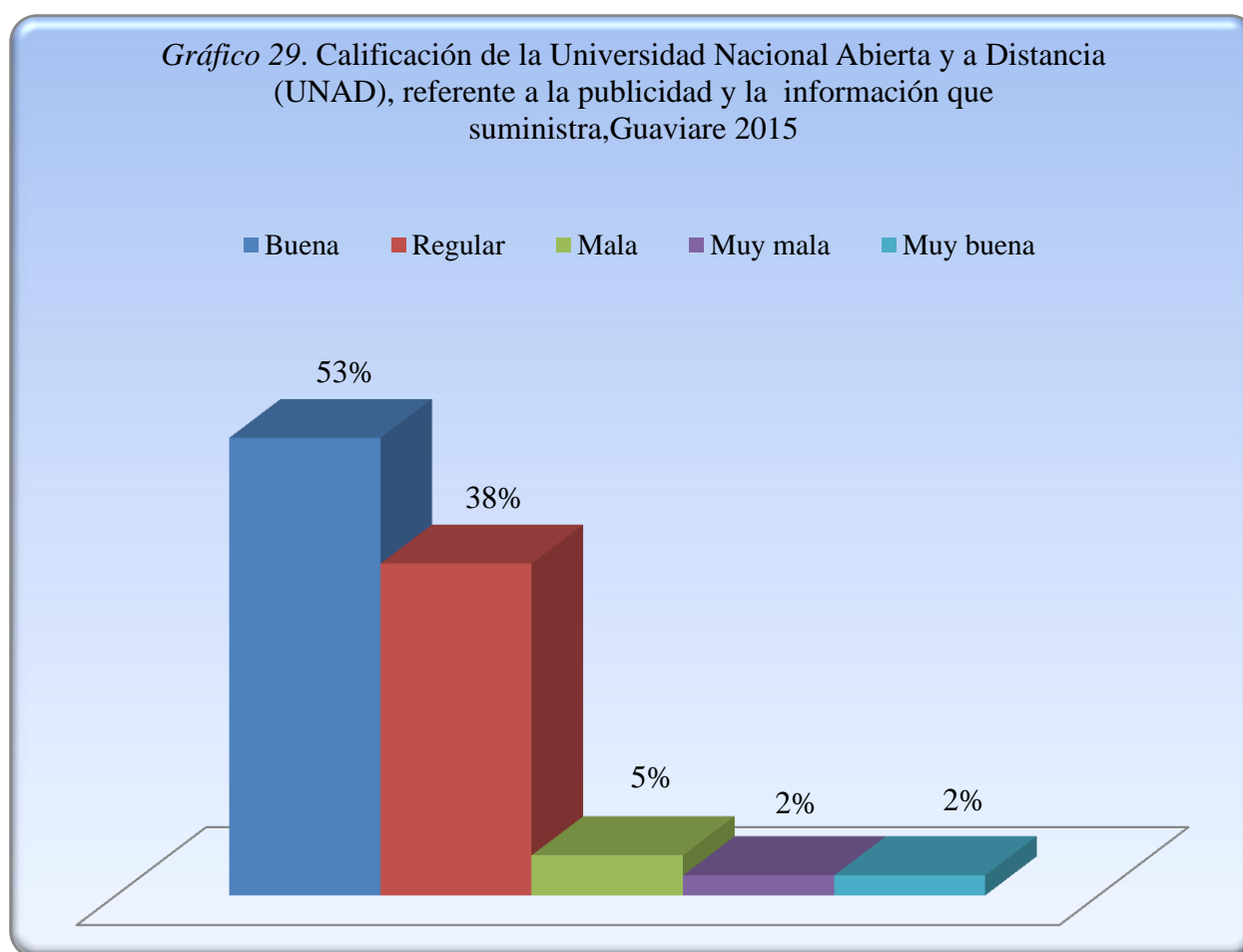
De los encuestados, 141 correspondiente, al 65% dicen que conocieron la UNAD por medio de referencias personales, mientras que 36 (17%) de estas, manifestaron conocerla por la radio, otras 11 personas (5%) dicen que por televisión, seguida de prensa (3%); adicionalmente, se presenta la categoría otros (internet, planta física, redes sociales, etc.) con el 10% de los encuestados. (Gráfico 28). Lo anterior se explica por el tamaño de la población; en la cual, se facilita difundir información porque existe un reconocimiento entre la mayoría de los habitantes.



Fuente: Autores 2015

6. ¿Cómo calificaría usted la publicidad de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) en cuanto a la información que suministra?

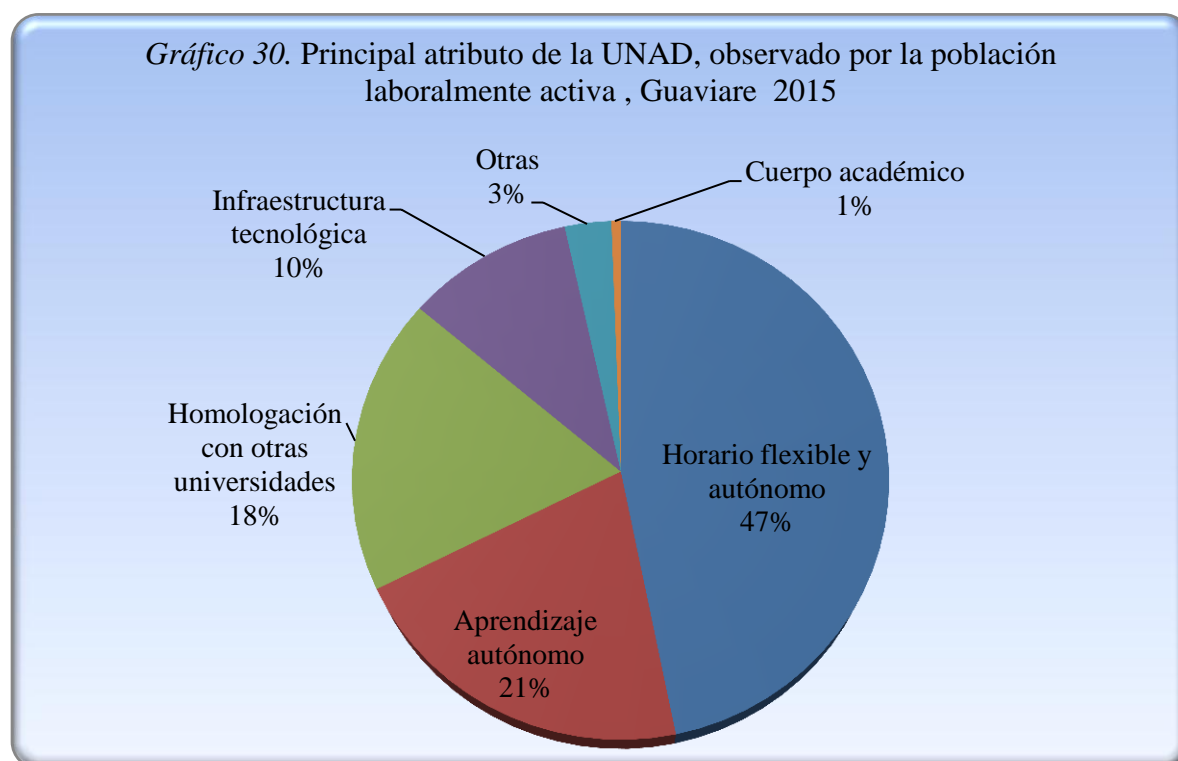
91 personas encuestadas califican la publicidad de la UNAD como buena, correspondiendo al 53% de los encuestados, 66 (38%) personas la califican como regular; como mala la califican el 5%; mientras que el 2% piensan que es muy buena o muy mala. Gráfico 29.



Fuente: Autores 2015

7. Señale el principal atributo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)?

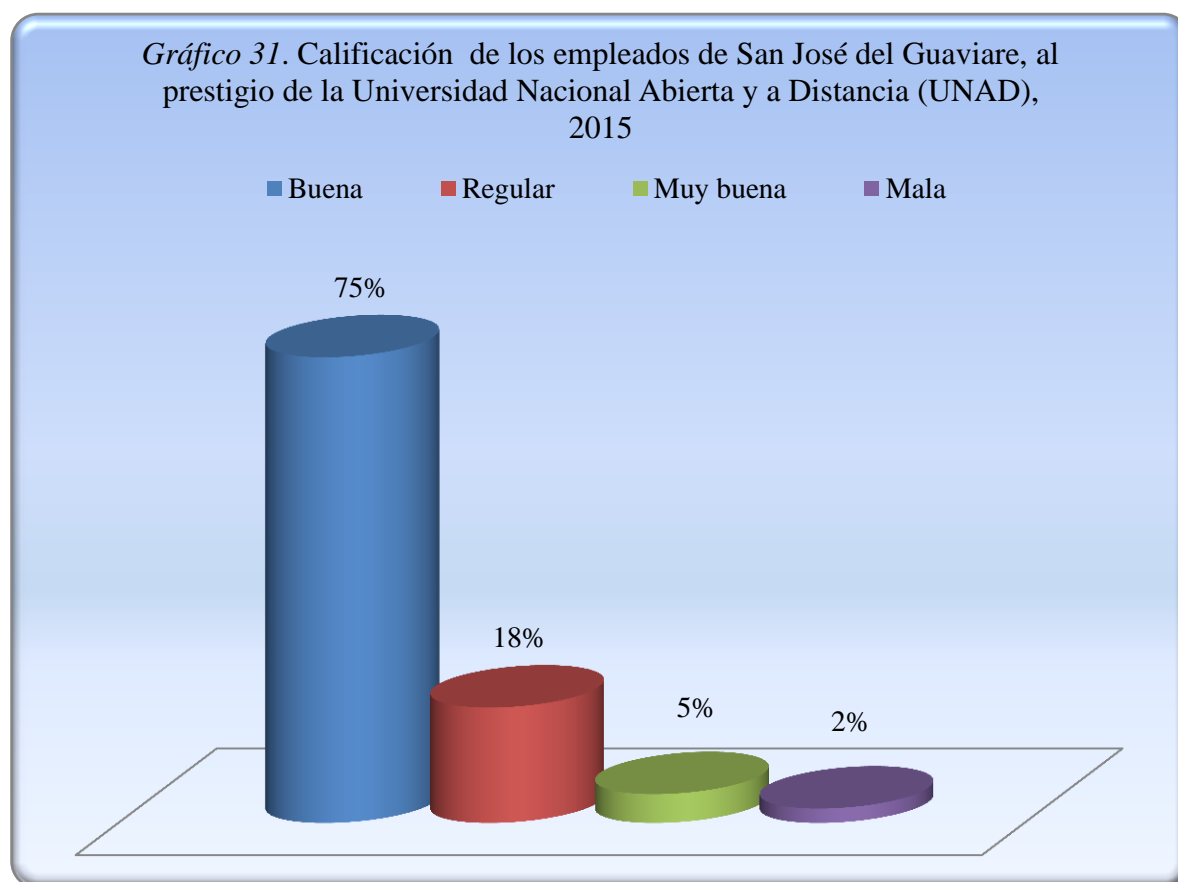
81 Personas encuestadas (47%), señalan como principal atributo de la UNAD el horario flexible y autónomo, el 21% (36 personas) se inclinan por el aprendizaje autónomo, mientras que el 18% (32 personas) aseguran que el mejor atributo es la homologación con otras universidades, otro 10% (18 personas) por la infraestructura tecnológica mientras que otro 4% se fijan más por la tradición y el cuerpo académico. Gráfico 30.



Fuente: Autores 2015

8. ¿Cómo califica usted el prestigio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)?

Entre los 186 encuestados, se percibe un buen prestigio de la universidad en la población laboralmente activa donde el 75%, la califican como buena, 18% creen que es regular, 5% muy buena y 2% como mala. Gráfico 31.

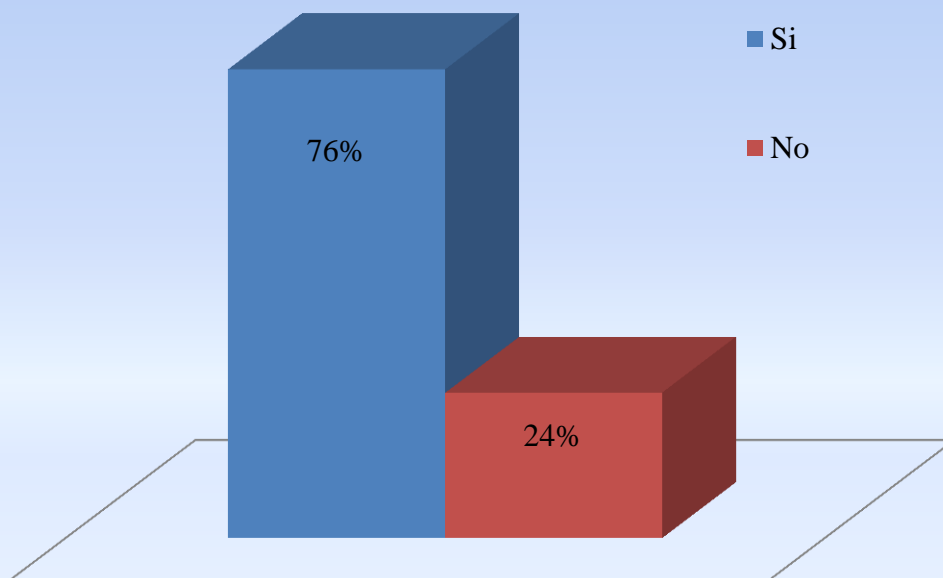


Fuente: Autores 2015

9. ¿Conoce usted profesionales graduados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)?

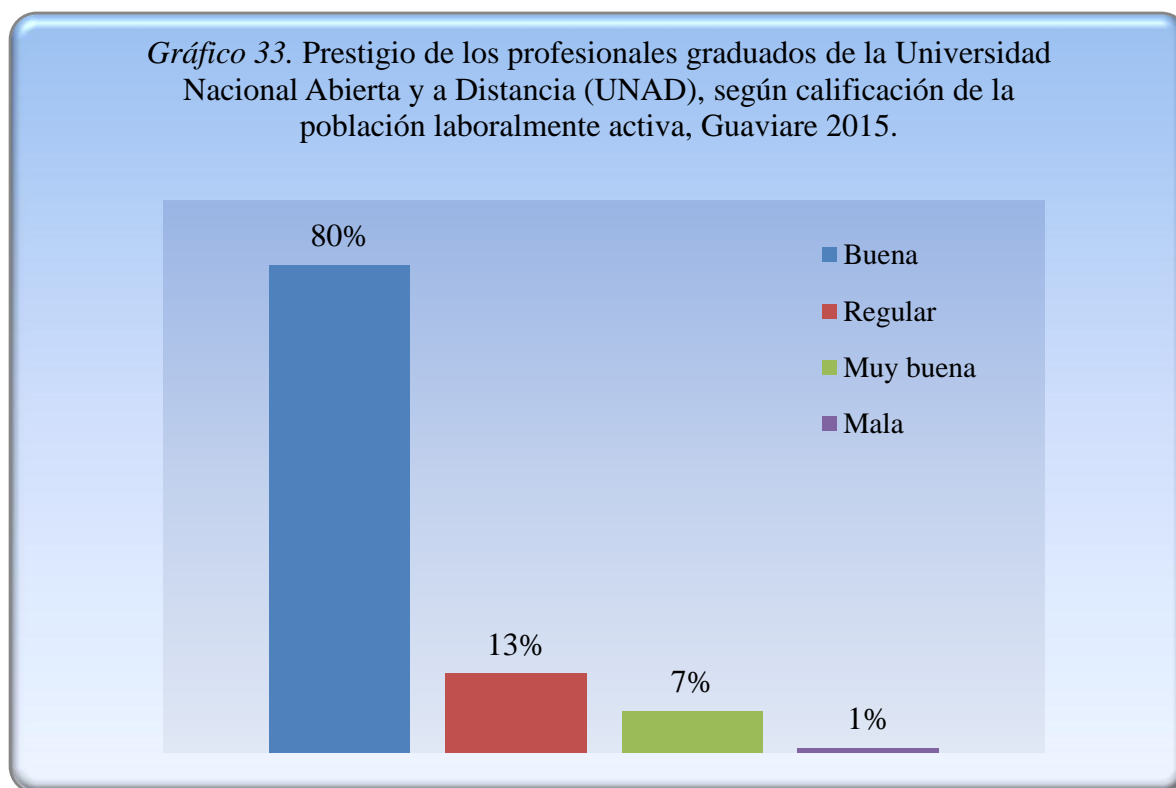
De los encuestados, 132 personas afirman conocer profesionales graduados de la UNAD, lo que equivale a un 76%, mientras que 41 personas dicen no conocer personas graduadas de esta universidad (24%). Gráfico 32.

Gráfico 32. Porcentaje de población laboralmente activa que conoce profesionales graduados de la UNAD, Guaviare 2015



10. ¿Califique el prestigio profesional de graduados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)?

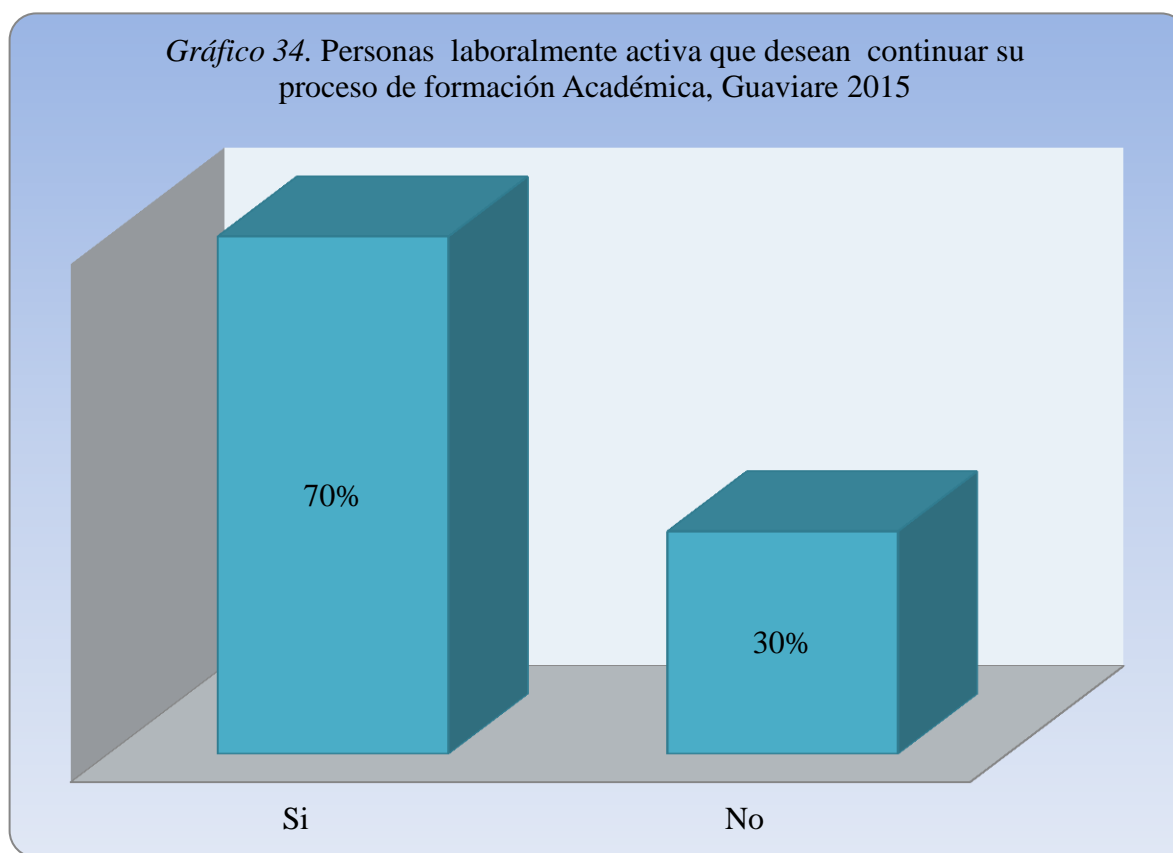
De las personas encuestadas, 105 (80%), manifiestan que los profesionales graduados de la UNAD gozan de buen prestigio, mientras que 17 de los encuestados afirman que el prestigio de los graduados es regular (13%), otras 5 personas califican el prestigio de los graduados como muy bueno (7%) de los encuestados, mientras que finalmente 1 persona encuestada (1%) cree que el prestigio de los profesionales graduados de la UNAD es malo. Gráfico 33.



Fuente: Autores 2015

11. Desea continuar su proceso de formación académica?

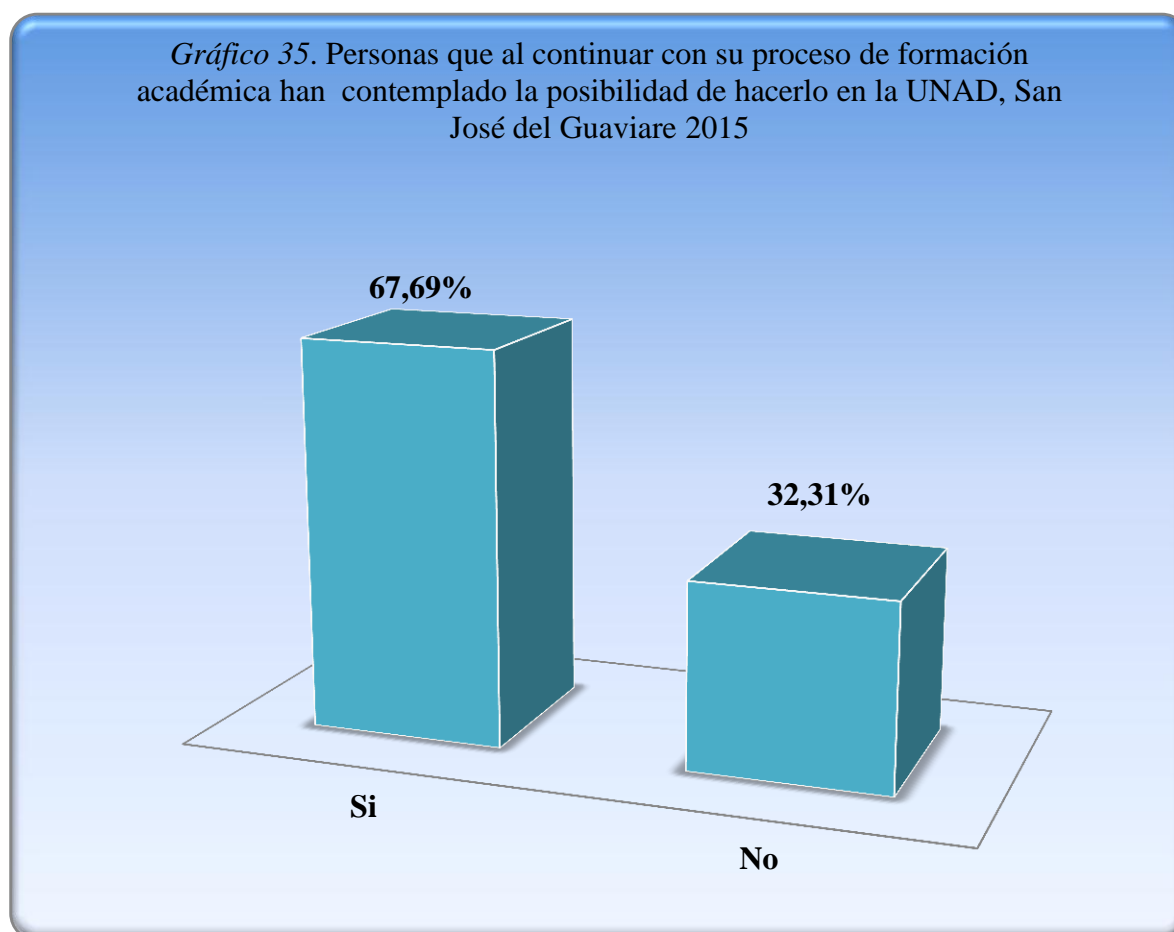
De las 186 personas laboralmente activas encuestadas, un 70%, es decir 130 personas, desean continuar su formación académica, mientras que un 30% es decir 56 personas no lo desean. Gráfico 34.



Fuente: Autores 2015

12. Ha contemplado la posibilidad de continuarlos en la UNAD

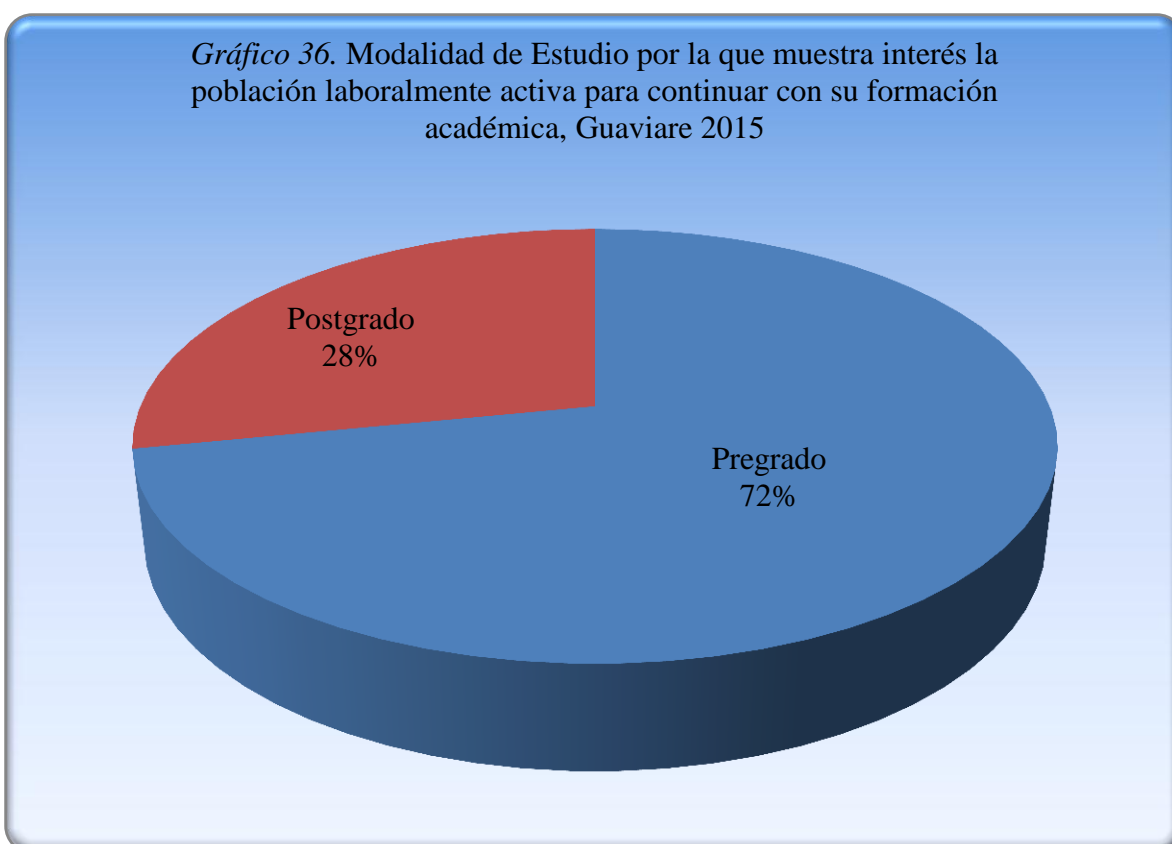
De las 130 personas que desean seguir la formación académica, 88 de estas desean continuarla con la UNAD (67,89%), mientras que las 42 restantes manifiestan no querer seguirlas con esta universidad (30,11%). Gráfico 35.



Fuente: Autores 2015

13. Modalidad

De los encuestados, el 72% muestra más interés por la formación en pregrado, mientras que un 28% prefiere el posgrado. Gráfico 36.



Fuente: Autores 2015

14. Qué carrera le interesaría estudiar

De las carreras de pregrado en orden de interés, se tiene que el 25% de las personas les interesa estudiar Administración de empresas, el 13.04% de las personas se interesan por psicología, el 7.61% de personas contaduría pública, ingeniería ambiental con 6.52%, y un 47.83% (31 programas) restante se inclinan por ingeniería en sistemas, trabajo social, derecho, licenciatura en matemáticas, entre otras. Tabla 9.

Tabla 9.

Carreras de interés en la modalidad de pregrado para la población laboralmente activa, en San José del Guaviare, 2015

Programa	Valor	Porcentaje
Administración de Empresas	23	25,00%
Psicología	12	13,04%
Contaduría Pública	7	7,61%
Ingeniería Ambiental	6	6,52%
Ingeniería de Sistemas	4	4,35%
Trabajo Social	4	4,35%
Derecho	3	3,26%
Licenciatura en Matemáticas	3	3,26%
Ingeniería Electrónica	2	2,17%
Ingeniería Industrial	2	2,17%
Pedagogía Infantil	2	2,17%
Administración en Salud	1	1,09%
Administración en Salud Ocupacional	1	1,09%
Administración Financiera	1	1,09%
Administración Pública	1	1,09%
Arquitectura	1	1,09%
Bibliotecografía Archivista	1	1,09%
Bibliotecología	1	1,09%
Comercio	1	1,09%
Criminalística	1	1,09%
Filosofía	1	1,09%
Gastronomía	1	1,09%
Gestión Administrativa	1	1,09%
Idiomas	1	1,09%
Ingeniería Civil	1	1,09%
Ingeniería de Alimentos	1	1,09%

Ingeniería Eléctrica	1	1,09%
Medicina	1	1,09%
Odontología	1	1,09%
Regencia en Farmacia	1	1,09%
Salud Ocupacional	1	1,09%
Seguridad e Higiene Industrial	1	1,09%
Tecnología en Audio	1	1,09%
Veterinaria	1	1,09%
Veterinaria y Zootecnia	1	1,09%

Fuente: Autores 2015

En postgrado, las especializaciones con más interés son la alta gerencia, con un 11.11% de personas interesadas, le sigue la salud pública con 8.33%, administración pública y salud ocupacional con el 5,56%, administración financiera, administración rural, arquitectura, auditoria, ciencias ambientales, comercio exterior, contaduría, gerencia educativa, econometría entre otros con un 2,58% de interés. Tabla 10.

Tabla 10.

Carreras de interés en la modalidad de postgrado para la población laboralmente activa, en San José del Guaviare, 2015

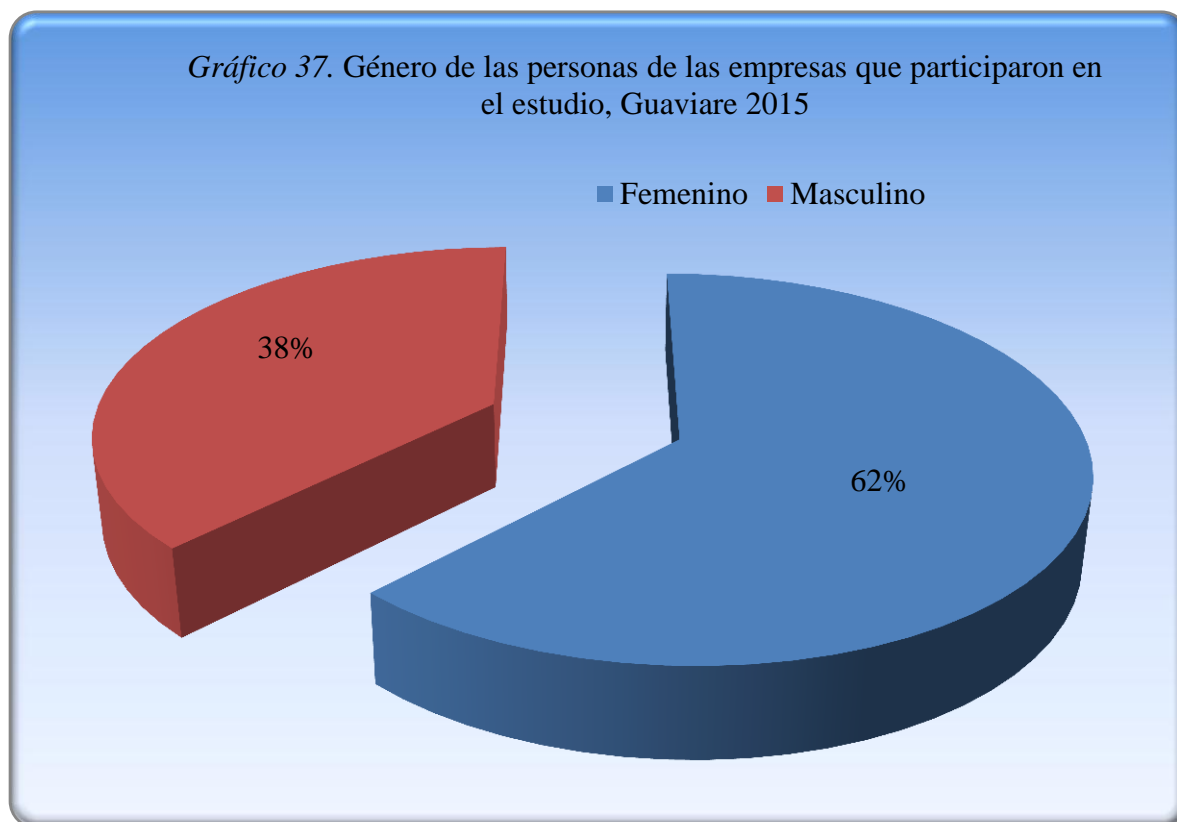
Programa	Valor	Porcentaje
Revisoría Fiscal	4	11,11%
Alta Gerencia	3	8,33%
Salud Ocupacional	2	5,56%
Arquitectura	2	5,56%
Publicidad	1	2,78%
Salud Pública	1	2,78%
Psicología Infantil	1	2,78%
Psicología Clínica	1	2,78%
Proyectos	1	2,78%
Pedagogía	1	2,78%
No responde	1	2,78%
Mercadeo	1	2,78%
Medicina	1	2,78%

Maestría en Matemáticas	1	2,78%
Maestría	1	2,78%
Licenciatura en Matemáticas	1	2,78%
Gestión de Calidad	1	2,78%
Gerencia en Salud	1	2,78%
Gerencia Educativa	1	2,78%
Especialización	1	2,78%
Econometría	1	2,78%
Contaduría Pública	1	2,78%
Comercio Exterior	1	2,78%
Ciencias Ambientales	1	2,78%
Biología	1	2,78%
Auditoría	1	2,78%
Administración Financiera	1	2,78%
Administración Pública	1	2,78%
Administración Rural	1	2,78%

Fuente: Autores 2015

15. Género

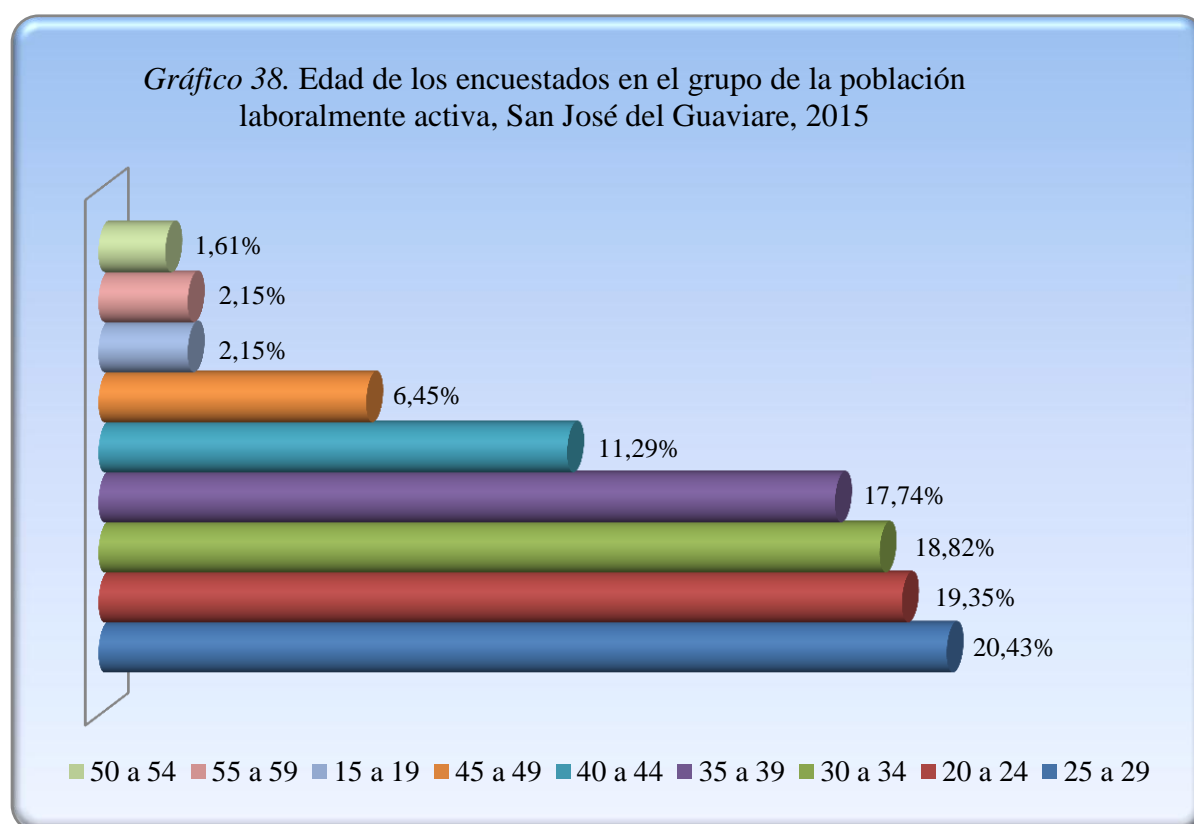
De las 186 personas que participaron en la encuesta, el 62% corresponden al género femenino, mientras que un 38% al género masculino. Gráfico 37.



Fuente: Autores 2015

16. Edad

En análisis de las edades agrupadas por quinquenios, muestra que tres grupos: 25-29; 20-24, 30 -34 y 35 a 39 años, ocuparon el mayor porcentaje con 20,43%, 19,35%, 18,82% y 17,74% respectivamente; mientras que una menor proporción se ubicó en el 11,29%(40-44 años), 6,45%(45-49 años), 2,15%(15-19, 55-59) y por último 1,61% (50-54 años). Lo anterior nos comprueba que la población se encuentra en las edades de población laboralmente activa. Gráfico 38.

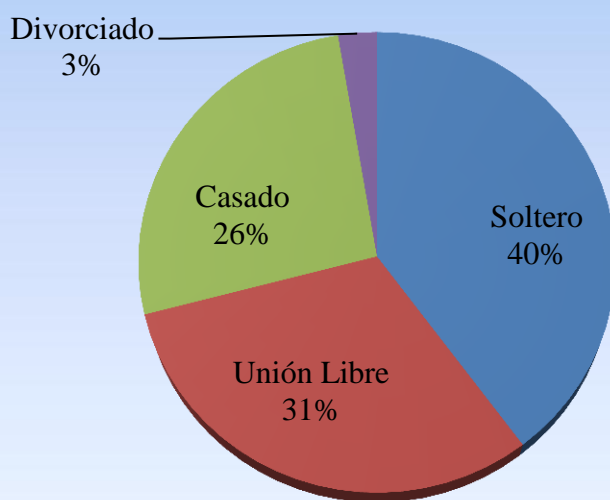


Fuente: Autores 2015

17. Estado civil

El estado civil se distribuye así: 40% que equivale a 74 de los encuestados son solteros, 31% que equivale a 58 encuestados manifiestan estar en unión libre, mientras que un 26%, que equivale a 49 personas dicen estar casados, finalmente el 3%, es decir 5 de los encuestados están divorciados. Gráfico 39.

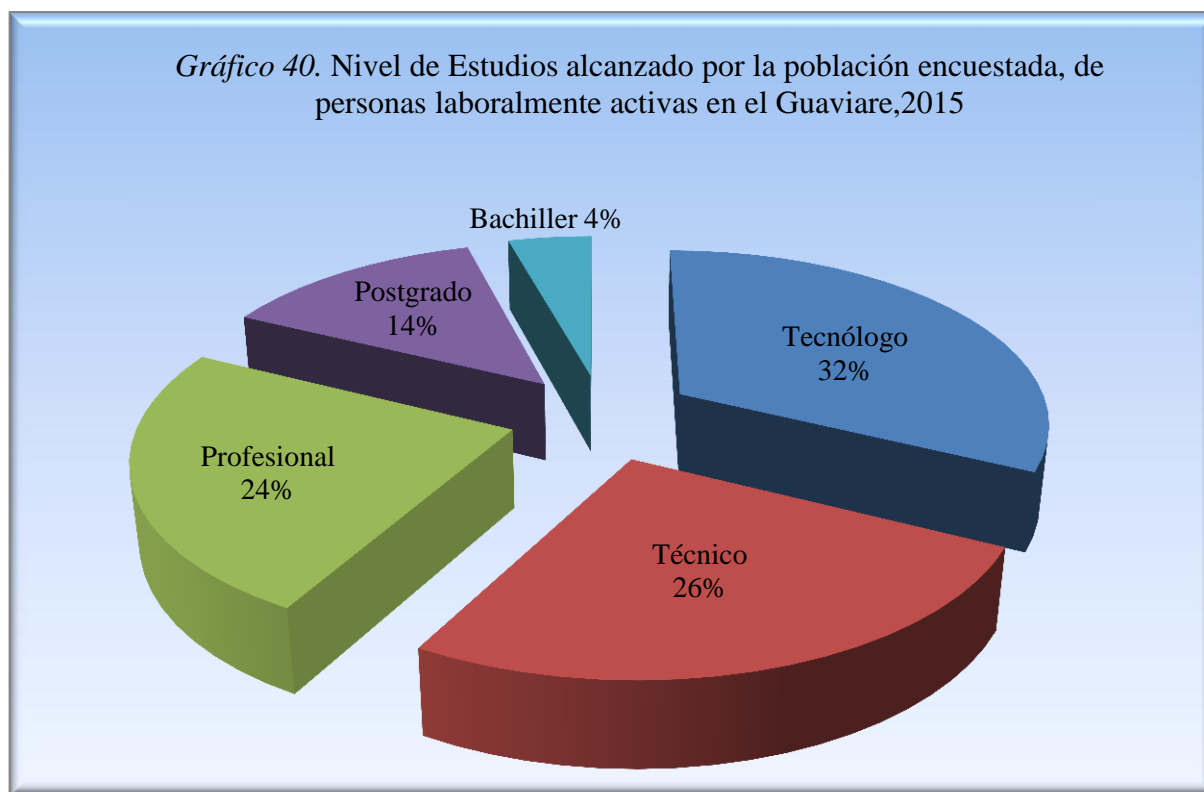
Gráfico 39. Estado civil de la población laboralmente activa en el Departamento del Guaviare, 2015



Fuente: Autores 2015

18. Nivel de estudios

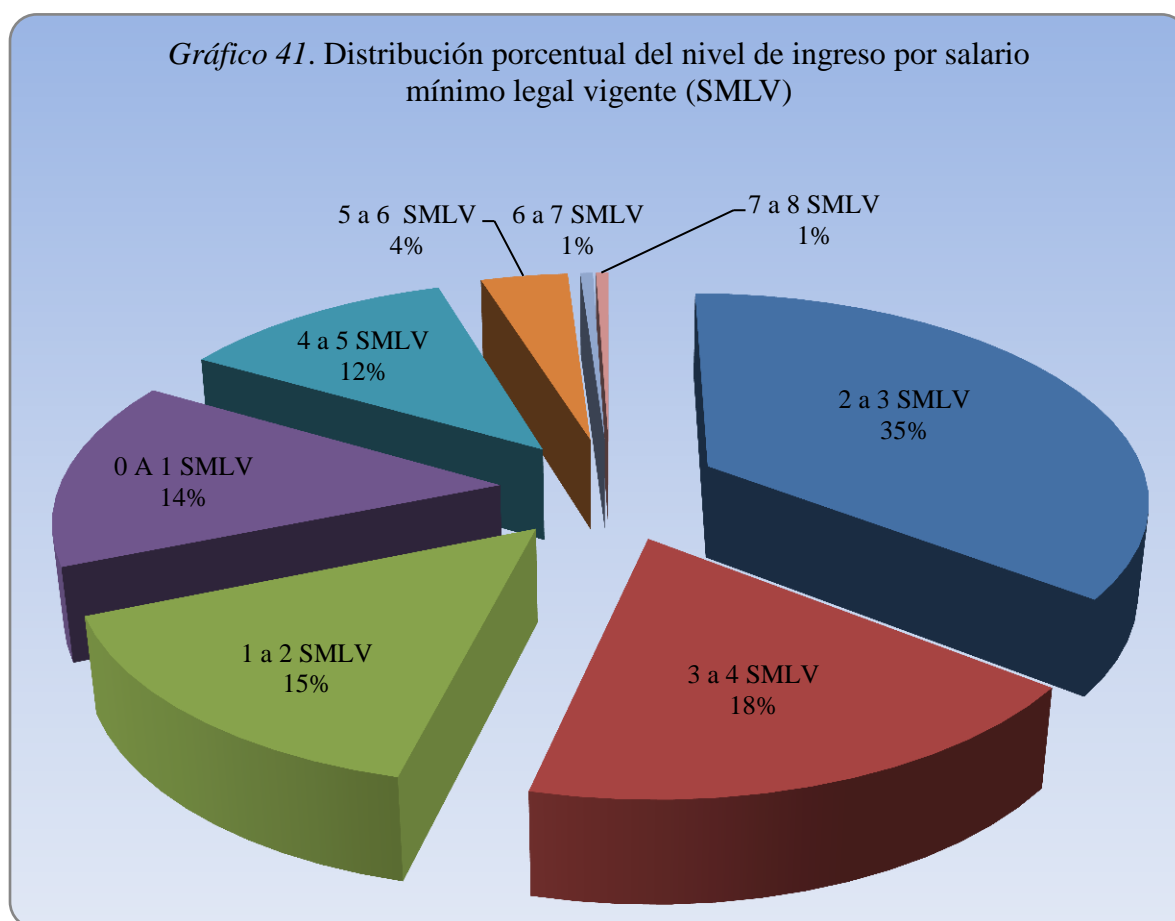
De las 186 personas encuestadas, 60 de estas son tecnólogos que equivale al 32% de los encuestados, 48 son técnicos, es decir el 26% de las personas encuestadas, mientras 45 son profesionales es decir un 24%, por otro lado el 14% de los encuestados tienen postgrado (25 personas) y finalmente 8 son bachilleres, graduados de básica secundaria o universitarios incompletos que equivale a un 4% de la población encuestada. Gráfico 40.



Fuente: Autores 2015

19. Ingreso mensual

De las 186 personas encuestadas, 35,48% poseen un nivel de ingreso entre 2 a 3 salarios mínimos legales vigente (SMLV), 18,28% reportan ingresos entre 3 A 4 SMLV, 15,05% reciben entre 1 a 2 SMLV; 14,52 % se ganan 1 SMLV; las otras opciones se distribuyen ASÍ: 11,83%(4 a 5 SMLV), 3,76%(5 a 6 SMLV), 0,54%(6 A 7 SMLV) y 0,54%(7 a 8 SMLV).Gráfico 41.

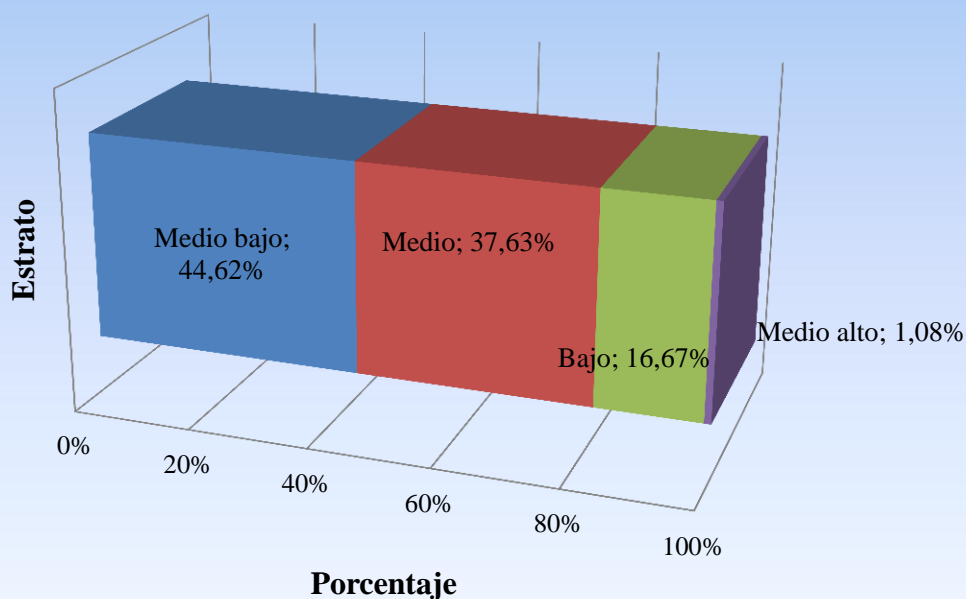


Fuente: Autores 2015

20. Estrato socio económico

De las 186 personas encuestadas, 81(44%) de estas pertenecen al estrato socio económico medio bajo, 71 (38%) personas pertenecen la estrato medio, mientras el 17% es decir 32 personas pertenecen al estrato bajo y por último el 1% es decir 2 personas de las encuestadas, dicen pertenecer al estrato medio alto (Gráfico 42). Es necesario precisar que la información entre el nivel de ingreso y el estrato socioeconómico no guarda proporcionalidad debido a que en la región no existe una apropiada distribución de estratos.

Gráfico 42. Estrato Socio Económico del grupo poblacional de empleados en el departamento del Guaviare, 2015



Fuente: Autores 2015

10. Conclusiones

10.1. Estudiantes de grado once de instituciones educativas

- El trabajo realizado permitió caracterizar el nivel de posicionamiento y reconocimiento de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) en el Departamento del Guaviare en los segmentos poblacionales de mayor importancia como potenciales clientes de esta institución educativa.

- Para los jóvenes encuestados, la UNAD, es la universidad con mayor recordación o top mind; aunque es de especial atención, que el segundo lugar lo ocupe la opción ninguna, lo cual indica que aún existe un segmento de población representativo de estudiantes que no poseen información sobre las instituciones educativas presentes en la región; al cual, es necesario llegar con el fin de avanzar en el reconocimiento de la UNAD; sin embargo, a pesar de que esta institución posee una mayor recordación, no es considerada como una alternativa lo suficientemente válida para continuar estudios superiores, ya que el 91% de los encuestados, prefiere la educación por la modalidad presencial; la cual no es ofertada por la UNAD.

- Este grupo considera que el nivel académico junto con la oferta de carreras, precios, facilidades de pago y becas como los principales key drivers sobre los cuales el

público objetivo de la investigación, se basa para seleccionar la universidad en la cual desea estudiar.

- La intencionalidad de compra o adquisición de servicios académicos de la UNAD en este grupo, ocupa el segundo lugar junto con el SENA; ya que, el mayor porcentaje lo posee la Universidad de los Llanos (Unillanos). Lo anterior a pesar de que la UNAD es la institución de mayor recordación; así mismo, la opción ninguna que ocupa un segundo lugar, genera un reto para la institución frente a la generación de acciones de reconocimiento y mercadeo.

- En este grupo se evidencia un bajo nivel de reconocimiento de la oferta académica o servicios que ofrece la UNAD en el departamento.

- La información sobre la UNAD, la han obtenido principalmente por amigos que estudian en la UNAD y charlas en los colegios referencias, sin embargo poseen un escaso conocimiento sobre esta institución educativa.

- Las carreras de administración de empresas, ingeniería ambiental, ingeniería de sistemas, sicología y licenciatura en inglés como lengua extranjera, se constituyen en las carreras preferidas en los diferentes programas de la UNAD para el grupo encuestado.

- El nivel de formación preferido es el profesional, seguido de la formación técnico profesional; en este sentido, la Universidad de los Llanos y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) se constituyen en las instituciones que presentan una mayor competencia para la UNAD, en este segmento de la población.

- La educación a distancia no es lo suficientemente conocida por los estudiantes de grado once, lo mismo que los diferentes programas académicos que se ofrecen; lo cual, explica gran parte de la poca preferencia por esta modalidad de formación. Es necesario destacar que al identificar los programas académicos ofrecidos (presentados en la encuesta), se encontró que estos les llaman la atención pero que ellos desconocían su existencia; por lo cual, es indispensable realizar una mayor promoción de la oferta académica por parte de este segmento de población.

10.2. Población laboralmente activa

- Al igual que en segmento de los jóvenes de grado once, la UNAD, se convierte en la institución educativa de mayor recordación, aunque se presenta una notoria mayor representatividad en el grupo poblacional de la población laboralmente activa (72,58%) con respecto al grupo de jóvenes de los grados once (54%).
- Los servicios o programas académicos de la UNAD fueron las de administración de empresas, sicología, contaduría pública, ingeniería ambiental, ingeniería de sistemas y trabajo social, a nivel de pregrado; y en cuanto al postgrado tuvieron relevancia las especializaciones en revisoría fiscal, alta gerencia, salud ocupacional y arquitectura.
- Este grupo considera al horario flexible y autónomo como el principal atributo de la universidad que de mayor recordación, seguido del nivel académico, y la infraestructura.
- En este segmento poblacional, la mayor parte, manifiesta la intencionalidad de continuar su formación académica (70% de encuestados) y contemplan a la UNAD (68% de encuestados) como la primera alternativa.

- La población de este segmento ha obtenido información a cerca de la UNAD a través referencias personales en una alta proporción (65%) y la radio (17%) como los principales mecanismos de publicidad, calificándola como buena (53%); sin embargo, a pesar de este calificativo, otra proporción representativa la califica como mala (38%) o muy mala (2%). Lo anterior indica que si bien la referencia personal es un medio de publicidad, los otros medios de difusión han no sido explotados o se han realizado de manera deficiente con poco impacto en la comunidad.

- Las carreras de administración de empresas, ingeniería ambiental y psicología, se constituyen en las de mayor preferencia en ambos grupos poblacionales.

- En cuanto al prestigio de la UNAD, conocimiento de egresados, prestigio de egresados por parte de la población laboralmente activa es bueno, lo que implica que para la población encuestada, la UNAD, posee aceptación en el departamento a nivel de institucional y de egresados.

- El género de los participantes, permitió contar con participantes de ambos grupos, aunque con mayor porcentaje al sexo femenino, permitiendo analizar a ambos géneros de manera apropiada.

- Las edades de los encuestados, varió entre 15 a 59 años, pero el mayor potencial de posibles clientes se encuentran entre 20 y 39 años, que acumulan el 76,34%

de la población encuestada. Este grupo debe ser la principal población objeto, ya que posee características como ingreso laboral, ajuste al sistema de educación a distancia, autonomía de aprendizaje y otras más, que se ajustan a las características de la UNAD.

- El presente estudio permitió a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD en San José del Guaviare, identificar los principales segmentos poblacionales con mayor presencia en el Departamento del Guaviare; y su nivel de preferencia por los servicios de la UNAD. En este caso, la población laboralmente activa mostró una marcada inclinación por acoger los servicios educativos de la UNAD, mientras que los jóvenes de grado once muestran un mayor deseo de continuar cursando estudios superiores en la educación presencial; lo cual, indica que los principales clientes a ofertar los servicios corresponde al primer segmento poblacional mencionado; así mismo, se identificaron las carreras con mayor proyección en la región para los grupos poblacionales analizados.

11. Recomendaciones

- La mayoría de encuestados conocen a la UNAD por medio de referencias personales; por lo cual, se deben tener en cuenta acciones basadas en el contacto persona a persona, tales como visitas institucionales, jornadas de divulgación de carreras en centros de educación, jornadas de divulgación en la sede y otras que apunten a este objetivo; lo anterior, se facilita por el tamaño de la ciudad, en la cual el voz a voz es un medio de comunicación valioso. También es necesario que a la par, se implementen otras opciones basadas en las TIC'S, y aunque esta metodología de enseñanza es fundamental para la UNAD, no es suficientemente aprovechada para su promoción, tal como muestran los resultados de la encuesta; en la cual, este medio posee una muy baja representatividad.

- Aunque la principal población a enfocar la promoción es la población laboralmente activa, también se debe encaminar acciones hacia un impulso de la UNAD en centros educativos secundarios, especialmente dando a conocer los beneficios de la UNAD en la región, con énfasis en los estratos socioeconómicos bajo, medio bajo y medio (que acumulan el 99% de la población encuestada); ya que se considera que una de las razones que explican el hecho de que la población estudiantil no tenga preferencias por la UNAD, es que no la conoce en términos de lo que es la educación a distancia y los beneficios que posee en una región en la cual no hay universidad presencial. También en este segmento poblacional es preciso, dar a conocer los incentivos en matrículas y pensiones que se ofrece a estudiantes.

- Se debe generar una estrategia de promoción y marketing de la UNAD, que sea precisa en cuanto a los requerimientos de la población, mostrando el que, como, cuando, cuanto y donde opera la educación a distancia en el Guaviare y las ventajas comparativas de las UNAD, con respecto a otras instituciones educativas del Departamento, teniendo en cuenta los diferentes resultados del presente estudio. Esta estrategia debe incluir un monitoreo de tendencias que permitan establecer escenarios dinámicos acordes con la realidad del territorio y en armonía con el sector empresarial y la vocación del uso del territorio, como base para la toma de decisiones. Se debe tener en cuenta el conocimiento y nivel de satisfacción de las necesidades de los grupos poblacionales.

- Se hace necesario fortalecer, difundir y ampliar la homologación de materias en centros educativos como el SENA y otras instituciones de formación técnica y tecnológica, para generar complementariedad y sinergia en cuanto a la oferta educativa, con el fin de captar estudiantes para los diferentes programas que ofrece la UNAD en el departamento.

- La estrategia de mercadeo debe abarcar ambos segmentos poblacionales, ya que como se evidenció con el presente trabajo, estos presentan diferencias notorias en su comportamiento; por lo cual, se requieren unas estrategias con enfoque específico para cada una de ellas.

- En el caso del Departamento del Guaviare, la UNAD debe incluir en su plan estratégico una ardua gestión para el postconflicto, ya que la firma de un acuerdo de paz, en una de las zonas que eventualmente acogería reinsertados, implicaría un grupo muy significativo de potenciales clientes, especialmente en áreas del sector agropecuario y ambiental, dado el potencial de la región en términos de aprovechamiento sostenible de bienes y servicios de los recursos naturales.

12. Referencias

- Badii, M.H., Castillo, J., & Guillen, A.(2008). Tamaño óptimo de la muestra. *Innovaciones de Negocios. México.UANL.*
- Behrentz, M.C. (2009). *Plan de mercadeo estratégico para la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD CEAD Zipaquirá.* Trabajo de grado. ECACEN; UNAD.
- Cajiao, R. (2014). Francisco. Al tablero: el periódico de un país que educa y se educa. Pertinencia en lo académico y laboral. mineducacion.gov.co/1621/article-184024.html. Accesado 12.03.2014.
- Caro, M., Gallo, M., Olarte, O., Salazar, L., Martínez, H., Díaz, G., Carreño, M., Gómez, F. y López, D. (2012). *Reconocimiento de la UNAD en el Departamento del Meta.* Trabajo de grado. Universidad Nacional Abierta y a Distancia – Unad, Cead Acacias.
- Cely, Y., Cruz, L., (2013). *Diagnostico situacional y plan de mercadeo de servicios ofertados por la UNAD, CEAD Duitama.* Trabajo de grado. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios, Duitama.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración*, 7ª. ed., McGraw-Hill Interamericana.

Chitiva, F., Casalins, L., Ortiz, A., Corrales, A., Corredin, C., Castro, J. y Mendoza, D. (2008). *Caracterización de la educación superior en el departamento del Guaviare, como insumo para la construcción de mapas de conocimiento, municipio San José del Guaviare*. Trabajo de grado. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). Facultad de Ciencias Administrativas. Programa de Administración de empresas CEAD. San José del Guaviare.

De Educación, P. D. (2006). Educación 2006-2016. *Pacto Social por la Educación, Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Evaluación de aprendizajes en Colombia*. Recuperado de www.plandecenal.edu.co.

Fayol, H. (2005), *Escuelas de la Teoría Administrativa*. Recuperado de http://web.archive.org/web/http://udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/20050101/895/1/Lectura_4_escuelas_de_la_teoria_administrativa.pdf).

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., (2006). Metodología de la investigación. México

Jacques, L. J., y Salvador, M. (1995). *Marketing estratégico*. McGraw Hill.

James Burnham (1941). *The managerial revolution: what is happening in the world*. Editorial Indiana University Press.

Kotler, P., Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Editorial Pearson Educación.

Labarca, A. (2009).Técnicas de Muestreo para Educación. *UMCE. Facultad de Filosofía y Educación, Departamento de Formación Pedagógica. Cátedra Métodos de Investigación. Módulo, (6).*

Lares, B.A.(2005). *Estrategia para el posicionamiento de mercado de una empresa de publicidad*. Trabajo de grado para optar por la maestría en administración. Facultad de contabilidad y administración. Universidad de Colima, Estado de Colima, México.

Manes, J.M., (1997). Publicado en Marketing para instituciones educativas, Ed.*Granica, Buenos Aires*.

Molina, I. (2012). *Estudio de Mercado para la creación de una empresa de asesoramiento profesional al sector agropecuario del Caquetá*. Trabajo de grado. ECACEN; UNAD.

Rangel,C.G, y Lazcano, G.S. (2012); La *pertinencia social y la investigación científica en la universidad pública mexicana*. *CIENCIA ergo-sum*, 19 (1), 24-34.

Rodríguez, S. (2008). Cómo Determinar el Tamaño de una Muestra aplicada a la investigación Archivística.

Stanton, W.J., Etzel, M.J., Walker, B.J., Báez, E.P., Martínez, J.F.J.D., Nicolesco, J.D., y Garza, A.C. (1980). *Fundamentos de marketing*. McGraw-Hill.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, (2013). *Instructivo de Investigación de Mercados*. Gerencia de Relaciones Interinstitucionales – GRI. Oficina de investigación de mercados y crédito educativo Bogotá.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, (2011). Plan de Desarrollo 2011-2015. “Educación para todos con calidad global”.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, (2009). *Módulo Curso Académico. Fundamentos de administración*. Escuela De Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-Ecacen. Bogotá – Colombia.

Vargas, H. 2011. *Fundamentos de mercadeo*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios – ECACEN.

Yarzabal, L. (1999). *Consenso para el cambio en la educación superior* (Vol.9). lesalc/UNESCO.

Anexos

Anexo 1. Encuesta estudiantes de grado once de instituciones educativas

ENCUESTA ESTUDIANTES DE 11 GRADO

(ENCUESTADOR LEA TOTALMENTE LA SIGUIENTE PRESENTACIÓN AL
ENCUESTADO)

Muy buenos días/tardes, nuestros nombres son Sonia Olarte Cetina y Sandra Zapata, en el día de hoy la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD está realizando una pequeña evaluación entre la comunidad en general, sobre distintos aspectos relacionados con la educación superior en el Guaviare. Al ser Usted un miembro importante de la comunidad nos gustaría poder contar con su importante opinión; la encuesta es breve y no tomará más de 10 minutos, por otra parte toda la información que nos suministre será de carácter confidencial y se empleará exclusivamente para procesos de análisis estadístico. A nombre de la UNAD agradezco mucho por cordial apoyo e información.

OBJETIVO: Determinar el posicionamiento de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) en el Departamento del Guaviare.

Marque con un X una sola respuesta.

1. ¿Cuál es primera universidad que se le viene a la mente y que presta servicios académicos en el Departamento del Guaviare?

2. A parte de la universidad que me acaba de mencionar, ¿Qué otras universidades o institutos conoce usted en el Departamento del Guaviare?

a.
b.
c.
d. Ninguno

3. ¿Una vez terminados sus estudios de bachillerato tiene la intención de seguir estudiando?

Si ____

No ____

Si su respuesta es **SI**, por favor continúe con la encuesta en la pregunta siguiente (Nro. 5); Si su respuesta es **No**, por favor continúe con la pregunta Nro.4

4. ¿Porque razón no tiene la intención de seguir estudiando?

(Puede contestar más de una opción)

Falta recursos económicos	
Perdida de interés	
Falta de apoyo de los padres	
Oferta académica insuficiente	
Falta de oportunidades	
Otras(cuales)	

Al contestar esta pregunta por favor salte a la pregunta Nro. 18

5. ¿De tener la intención de seguir estudiando en qué instituto o universidad piensa seguir su ciclo?

6. ¿Qué características tendría en cuenta al elegir ese instituto o universidad?

Nivel académico	
Infraestructura	
Oferta de carreras profesionales	
Precios y facilidades de pago	
Educación virtual	

Trabajo seguro	
Horario flexible	
Aprendizaje autónomo	
Homologación con otras universidades	
Cuerpo académico	
Infraestructura tecnológica	
Becas	
Otras(cuales)	

7. Qué nivel formativo le gustaría culminar en un futuro:

- a. Profesional
- b. Tecnológica
- c. Técnica
- d. Tecnológica y Profesional

8. Los recursos para continuar sus estudios provienen de:

- a. Propios
- b. Familiares
- c. Prestamos
- d. Icetex

e. No cuenta

f. Otros

9. ¿Qué metodología de formación preferiría para continuar con sus estudios?

a. Presencial

b. Semipresencial

c. A distancia

10. Conoce la metodología de educación a distancia medidas por las tecnologías de la educación y la comunicación

a. Si

b. No

11. Ha escuchado o tiene alguna referencia de la universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD?

a. Si

b. No

Si su respuesta es no por favor salte a la pregunta Nro. 17

12. En caso de ser afirmativa su respuesta, seleccione las referencias que tiene de la UNAD.

a. Que es una universidad a distancia

b. Que es una universidad publica

- c. Que es una universidad con calidad
- d. Que sus semestres son económicos
- e. Que su metodología permite estudiar y trabajar
- f. Otras, cual _____

13. Qué opinión tiene usted de las carreras técnicas y universitarias que ofrece la UNAD

1	2	3	4	5	6
Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena	No las conoce

14. A través de qué medios ha recibido las referencias que tiene de la UNAD.

- a. Amigos que estudian en la UNAD
- b. Familiares que estudian en la UNAD
- c. Charlas que han dado en el colegio
- d. En ferias educativas
- e. Radio
- f. Otros, cual _____

15. Conoce los programas que ofrece la UNAD.

- a. Si

b. No

Si su respuesta es no por favor salte a la pregunta Nro. 17

16. En caso afirmativo estaría usted interesado en continuar su proceso de formación en la UNAD.

a. Si

b. No

Si su respuesta es no por favor salte a la pregunta Nro. 17

17. De los siguientes programas cual le interesaría?

Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios.

1. Administración de empresas
2. Tecnología en gestión agropecuaria
3. Tecnología en gestión de obras civiles
4. Tecnología en gestión de transporte
5. Tecnología en gestión industrial
6. Tecnología en gestión de empresas asociativas
7. Tecnología en gestión comercial y de negocios

Escuela de ciencias agrarias, pecuarias y del medio ambiente

1. Agronomía
2. Ingeniería agroforestal
3. Ingeniería ambiental
4. Tecnología en producción animal
5. Tecnología en producción agrícola
6. Tecnología agroforestal
7. Tecnología en gestión de empresas ganaderas
8. Tecnología en saneamiento ambiental
9. Tecnología profesional en producción en palma de aceite
10. Tecnología en gestión de plantaciones de palma de aceite
11. Tecnología profesional en producción bóvida

Escuela de ciencias básicas, tecnología e ingeniería

1. Ingeniería de alimentos
2. Ingeniería de sistemas
3. Ingeniería de telecomunicaciones
4. Ingeniería electrónica
5. Tecnología en regencia de farmacia
6. Tecnología industrial
7. Tecnología en audio

8. Tecnología electrónica
9. Tecnología de alimentos
10. Química

Escuela de ciencias sociales, artes y humanidades

1. Comunicación social
2. Filosofía
3. Psicología

Escuela de ciencias de la educación

1. Licenciatura en etnoeducación
2. Licenciatura en filosofía
3. Licenciatura en inglés como lengua extranjera
4. Licenciatura en matemáticas

Otras preferencias

18. Género: Masculino _____ Femenino _____

19. Edad: _____ años

20. Estado civil: Soltero _____ Casado _____ Unión libre _____

21. Número de personas con las que vive en el hogar _____

22. Número de hijos _____

23. Estrato socio económico:

1	2	3	4	5
Bajo	Medio bajo	Medio	Medio alto	Alto

Anexo 2. Encuesta población laboralmente activa

CUESTIONARIO PARA POBLACIÓN LABORALMENTE ACTIVA

(ENCUESTADOR LEA TOTALMENTE LA SIGUIENTE PRESENTACIÓN AL
ENCUESTADO)

Muy buenos días/tardes, nuestros nombres son Sonia Olarte Cetina y Sandra Zapata, en el día de hoy la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD está realizando una pequeña evaluación entre la comunidad en general, sobre distintos aspectos relacionados con la educación superior en el Guaviare. Al ser Usted un miembro importante de la comunidad nos gustaría poder contar con su importante opinión; la encuesta es breve y no tomará más de 10 minutos, por otra parte toda la información que nos suministre será de carácter confidencial y se empleará exclusivamente para procesos de análisis estadístico. A nombre de la UNAD agradezco mucho por cordial apoyo e información.

OBJETIVO: Determinar el posicionamiento de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) en el Departamento del Guaviare.

Marque con un X una sola respuesta.

1. ¿Cuál es primera universidad que se le viene a la mente y que presta servicios académicos en el Departamento del Guaviare?

2. De la universidad que usted más reconoce, señale el principal atributo con que identifica a la universidad mencionada (**POR FAVOR MARQUE UNA SOLA OPCIÓN**).

Nivel académico	
Infraestructura	

Oferta de carreras	
Ubicación	
Precios	
Financiamiento	
Becas	
Trabajo seguro	
Horario flexible y autónomo	
Otros	

3. A parte de la universidad que me acaba de mencionar, ¿Qué otras universidades conoce usted en el Departamento del Guaviare?

a.
b.
c.
d.

4. ¿Usted ha escuchado hablar de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)?

Si () No ().

Si su respuesta es **SI**, por favor continúe con la encuesta en la pregunta siguiente (Nro. 5); Si su respuesta es **No**, por favor salte a la pregunta Nro. 11

5. ¿Por cuál medio de comunicación conoció a la Universidad Nacional Abierta y a Distancia

(UNAD)? “(Puede marcar una o varias opciones)

1	2	3	4	5
Referencias personales	Televisión	Radio	Prensa	Otros

Si marcó la opción otros por favor especifique cuales _____

Si no continúe en la pregunta siguiente (Nro. 6).

6. ¿Cómo calificaría usted la publicidad de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia

(UNAD) en cuanto a la información que suministra?

1	2	3	4	5
Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena

7. Señale el principal atributo de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)

(POR FAVOR MARQUE UNA SOLA OPCIÓN).

Horario flexible y autónomo	
Aprendizaje autónomo	
Homologación con otras universidades	
Cuerpo académico	
Infraestructura tecnológica	
Otras	

8. ¿Cómo califica usted el prestigio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)?

1	2	3	4	5
Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena

9.¿Conoce usted profesionales graduados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)?

Si () No ()

Si su respuesta es SI, por favor continúe con la encuesta en la pregunta siguiente (Nro.10); Si su respuesta es No, por favor salte a la pregunta Nro. 11

10.¿Califique el prestigio profesional de graduados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)?

1	2	3	4	5
Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena

11. Desea continuar su proceso de formación académica

Si ____ No____

Si su respuesta es SI, por favor continúe con la encuesta en la pregunta siguiente (Nro.12); Si su respuesta es No, por favor salte a la pregunta Nro. 15

12. He contemplado la posibilidad de continuarlos en la UNAD

Si ____ No____

13. Modalidad: pregrado____ Postgrado____

14. Qué carrera le interesaría estudiar: _____

15.Género: Masculino _____ Femenino _____

16. Edad: _____ años

17.Estado civil: Soltero____ Casado____ Unión libre____ Viudo____ Divorciado____

18.Nivel de estudios: Técnico____ Tecnólogo____ Profesional____ Postgrado____ Otro____

Si su respuesta fue otro, por favor precise cual:_____

Si no continúe en la pregunta siguiente (Nro. 19).

19. Ingreso mensual:_____

20.Estrato socio económico:

1	2	3	4	5
Bajo	Medio bajo	Medio	Medio alto	Alto